

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

**S.SALAYEV, N.FAYZULLAYEV, J.ATAYEV,
D.SAIDOV, M.GULMONOV**

**TADBIRKORLIK
ASOSLARI**

*O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi oliy
o'quv yurtlaridagi ilmiy-uslubiy birlashmalar faoliyatini
muvofiqlashtiruvchi Kengashi tomonidan oliy o'quv yurtlarining
iqtisodiy ta'lim yo'nalishlari talabalari uchun o'quv qo'llanma sifatida
tavsiya etilgan*

TOSHKENT – 2012

UDK: 626/627 (035.5)

KBK 65.012.1

T19

T19 S.Salayev, N.Fayzullayev, J.Atayev, D.Saidov, M.Gulmonov. Tadbirkorlik asoslari. O'quv qo'llanma. –T.: «Fan va texnologiya», 2012-y. 340 b.

O'quv qo'llanma tadbirkorlik faoliyatining nazariy va amaliy asoslari, tadbirkorlikni rejalashtirish va rivojlantirishning nazariy-uslubiy va amaliy muammolariga bag'ishlangan. Qo'llanmada tadbirkorlik faoliyatining turlari va shakllari tasnifi, jumladan, vositachilik, savdo, ishlab chiqarish, moliyaviy sohadagi tadbirkorlikning o'ziga xos jihatlari, tadbirkorlik subyektlari va obyekt, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish shart-sharoitlari, tadbirkorlik faoliyatida sherikchilik munosabatlari, ularning tasnifi va amalga oshirish xususiyatlari kabi masalalar qarab chiqilgan.

Shuningdek, qo'llanmada tadbirkorlik faoliyatining tashkiliy-huquqiy shakllari hamda ularning o'ziga xos jihatlari, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda shartnomaviy munosabatlar va ularni amalga oshirish xususiyatlari, tadbirkorlik faoliyatida menejment va marketing, tadbirkorlik subyektlarini ta'xis qilish, davlat ro'yxatidan o'tkazish tartiblari, tadbirkorlik omadi kabi muammolar bo'yicha nazariy ma'lumotlar keng bayon etilgan.

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

UDK: 626/627 (035.5)

KBK 65.012.1

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

**Taqrizchilar: T.D.DO'STJANOV – iqtisod fanlari doktori, professor;
B.K.G'OYIBNAZAROV – iqtisod fanlari doktori, professor;
A.S.SADULLAYEV – iqtisod fanlari nomzodi, dotsent.**

ISBN 978–9943–10–735–9

© «Fan va texnologiya» nashriyoti, 2012.

KIRISH

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

Istalgan bir jamiyat o'z tadbirkorlarining ishlab chiqarish faoliyati «mahsullari», «mevalari» bilan faxrlanadi. Ammo, jamiyat va uning har bir vakili ham qandaydir bir muayyan tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirishda o'z hissasi borligi bilan ham faxrlanadi («... Men «O'zbekiston temir yo'llari» DAK da ishlayman», «...Men «O'zbekiston havo yo'llari» MAKda ishlayman», «...Men «Urganch yog'« OAJda ishlayman» kabi). Tadbirkorlik ijtimoiy munosabatlarni namoyon qilishining aniq bir shakli sifatida nafaqat jamiyatning moddiy va ma'naviy imkoniyatlarini oshiradi, nafaqat har bir insonning qobiliyatini va talantini amaliy jihatdan ro'yobga chiqarish uchun qulay zamin yaratadi, balki millatning birlashishiga, uning milliy ruhi, faxri va iftixorini yuksalishiga olib keladi.

Bugungi kunga kelib, mustaqillik yillaridagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik (KBXT) ni rivojlantirish, qo'llab-quvvatlash borasidagi Respublikamiz hukumatining izchil iqtisodiy siyosati tufayli mamlakatimizda tadbirkorlik faoliyatining me'yoriy-huquqiy zamini mustahkamlandi, kichik biznes kooperatsion aloqalari (KBKA)ga keng yo'l ochib berildi, KBXTni moliyalashtirish bo'yicha ixtisoslashtirilgan bank – «Mikrokreditbank» OATB tashkil etildi, kredit berish muddatlari uzaytirildi, biznesni ro'yxatga olish, ixtiyoriy ravishda yopish va tugatish, ayrim faoliyat turlari bo'yicha litsenziya va ruxsatnomalarni berish jarayonlari soddalashtirildi, tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchilarni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun boj haqi, banklarda hisob raqamlarini ochish, kadastr hujjatlari, ekologik ekspertiza, arxitektura-rejalashtirish topshiriqlarini (ART) ishlab chiqish uchun to'lovlar miqdori sezilarlicha pasaytirilib, ayrim to'lovlar bekor qilindi,

davlatning biznes faoliyatiga aralashuvi cheklandi va moddiy-texnik resurslardan keng foydalanishga imkon beradigan barqaror bozor mexanizmi shakllandi.

Mamlakatimizda olib borilayotgan islohotlar natijasida so'nggi o'n yilda YaIM tarkibida KBXTning ulushi 31,1 foizdan 54,0 foizga, iqtisodiyot tarmoqlarida ish bilan band aholi umumiy sonidagi ulushi 49,7 foizdan 74,5 foizgacha oshdi. Aholi daromadlarining 47 foizdan ziyodi tadbirkorlik faoliyatidan tushgan daromadlar hissasiga to'g'ri keladi¹

Albatta, hali respublikamizda tadbirkorlik faoliyati va biznesni rivojlanishida bir qator yechimini kutayotgan muammolar mavjud. Bu masalalar juda chigal, nozik masalalar hisoblanadi. Gap shundaki, respublikamizda tadbirkorlik muhiti deb ataluvchi muhim narsa yaxshi tashkil etilgan bo'lsada, qator subyektiv omillar sababli joylarda tadbirkorlikning mavjud salohiyatidan, imkoniyatlaridan to'liq foydalanilyapti deb bo'lmaydi.

Qulay tadbirkorlik muhiti istalgan bir taraqqiy qilgan jamiyatda hech qanday cheklovlarning, to'siqlarning yo'qligi bilan tavsiflanadi. Aynan tadbirkorlik muhitini shakllanishining boshlang'ich bosqichi ham ana shunga kelib taqaladi.

Tadbirkorlik muhiti bu hududiy yaxlitlikni ifoda qiladi va shu hudud doirasida tadbirkor kasbiy faoliyatiga ma'lum bir omillar ta'sir etadi. Tadbirkor bu omillarni hisobga olishga majbur va o'z faoliyatini shular asosida quradi. Tadbirkorlik muhitini 3 ta sohaning majmui, yig'indisi sifatida tavsiflash mumkin va bu sohalarini har birini tahlil qilish tadbirkorga o'z strategiyasini qurish, kasbiy faoliyatini tashkil etish strategiyasini tanlashga imkon beradi. Bu huquqiy, ijtimoiy va iqtisodiy sohalar hisoblanadi.

Huquqiy soha – bu tadbirkorning kasbiy faoliyat ko'rsatishi uchun jamiyat tomonidan o'rnatilgan «o'yin qoidalari»dir, ya'ni bu qoidalar va me'yoriy-huquqiy hujjatlar bo'lib, ular iqtisodiy jarayon asosiy subyektlarining ishbilarmonlik faolligini tartibga solib turadi. Bu qonunlar asosida tadbirkorning samarali faoliyat ko'rsatishi, turli munosabatlari muvofiqlashtirib turiladi.

Ijtimoiy soha – o'z tuzilishiga ko'ra juda rang-barang bo'lib, uni tashkil etuvchi unsurlari quyidagilardir:

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning 2011-yilning asosiy yakunlari va 2012-yilda O'zbekistonda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Malukasining majlisidagi «2012-yil vatanimiz taraqqiyotini yangi bosqichga ko'taradigan yil bo'ladi» mavzusidagi ma'ruzasi\ O'zbekiston ovozi, 2012-yil 21-yanvar, 2-b.

jamiyatda rivojlanishning yuqori maqsadlarga erishishning hukmron tamoyili;

milliy an'analar va urf-odatlar;

millatning savodxonlik va mutaxassislarning kasbiy tayyorgarlik darajasi;

tevarak-atrofdagilarning, muhitning tadbirkorlik faoliyati va tadbirkorlik vakillariga bo'lgan munosabati (ularni qabul qilmaslik, sabrlilik, ularga nisbatan nafrat);

tadbirkorlik faolligini samarali amalga oshirish uchun zarur bo'lgan infratuzilmaning mavjudligi;

davlat boshqaruv apparatining, hukumatning tadbirkorlik faoliyati va tadbirkorlarga munosabati.

Iqtisodiy soha – tanlangan tadbirkorlik faoliyati sohasidagi raqobatchilik shartlarini hamda bahoni shakllantirish shartlarini ifoda etadi. Bahoni shakllantirish ishlab chiqarish omillari baholari darajasi, ssuda foizi va soliqa tortish stavkalari o'Ichamlariga asoslanadi.

Raqobatchilik sharoitlari miqdor va sifat bilan farqlanuvchi tomonlariga ega. Raqobatchilik sharoitining miqdor tomoni tadbirkorning bozordagi ulushi hajmi, tadbirkorning bozordagi baho siyosati bilan tavsiflanadi.

Raqobatchilik sharoitining sifat tomoni tadbirkor tomonidan ishlab chiqarilayotgan tovar va xizmatlar bilan iste'molchilar ehtiyojlarining yuqori, o'rta yoki past darajada qondirilishini bildiradi.

Shuni alohida ta'kidlash joizki, mustaqillikning ilk yillarida tadbirkorlik mafkurasini shakllantirish bilan yuqori kasbiy darajasi bo'lmagan kishilar shug'ullanib kelishdi. Bugungi kunga kelib esa tevarak-atrofga qarasaq, qanchadan-qancha tadbirkorlarimiz yurt va Vatan ravnaqi yo'lida fidokorona mehnat qilishyapti. O'z navbatida, faqat o'z manfaatini ustun qo'yib, belgilangan soliq va nosoliq to'lovlarni o'z vaqtida to'lamasdan «faoliyat yuritayotgan» tadbirkorlarimiz ham, afsuski, bor. Shuningdek, ko'pgina tadbirkorlar faqat vositachi sifatida faoliyat ko'rsatishyaptiki, bu notabiiy bo'lib, iqtisodiy rivojlanishning obyektiv yo'liga ziddir. Albatta, vositachilar kerak, lekin asosiy hukmron, ustuvor o'rin ishlab chiqaruvchilarga, bozor ehtiyojini qondiruvchilarga berilishi kerak.

Xuddi ana shu yuqorida tilga olingan qator muammolar va ularni bartaraf qilish, mamlakatimizda tayyorlanayotgan kadrlarni malakasini oshirish, nazariy va amaliy bilimlarini boyitish hamda ularni raqobatga chidamli bo'lishini ta'minlash maqsadida qo'lingizdagi o'quv

qo'llanmada tadbirkorlik asoslari va biznes bilan bog'liq masalalar baholi qudrat yoritilgan bo'lib, ularni o'rganish va amaliyotda qo'llash bugungi tez o'zgaruvchan va nobarqaror bozor munosabatlari sharoitida tayyorlanayotgan nafaqat iqtisodchi, balki barcha yo'nalishdagi mutaxassislar uchun eng dolzarb, zaruriy vazifadir.

O'quv qo'llanmaning asosiy vazifasi, o'quvchilarni bozor munosabatlari sharoitida tadbirkorlikning ahamiyati, tadbirkorlik faoliyati, tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish, tadbirkorlikning huquqiy shakllari va tadbirkorlikni tashkil qilish bo'yicha nazariy bilimlarini oshirishdan iborat.

Xullas, mazkur yo'nalish bo'yicha mavjud adabiyotlarni qiyosiy tahlili natijalaridan kelib chiqqan holda ushbu o'quv qo'llanmada tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq barcha mavzular va muammolarni to'laroq ochib berishga harakat qilingan. Qo'llanma O'zbekiston Respublikasining iqtisodiy yo'nalishdagi kadrlar tayyorlaydigan barcha Oliy ta'lim muassasalarida foydalanish uchun mo'ljallangan.

Ushbu o'quv qo'llanma respublikamizda oliy ta'limning bakalavriat bosqichi talabalari uchun mo'ljallangan mazkur yo'nalishdagi lotin imlosida tayyorlangan dastlabki kitoblardan biri sifatida ayrim kamchiliklardan xoli bo'lmasligi mumkin. Shu sababli kitobxonlarning fikr va istaklarini, taklif va mulohazalarini bajonudil mamnuniyat bilan qabul qilamiz.

Mualliflar.

1.1 «Tadbirkorlik asoslari» fanining predmeti va vazifalari

Tadbirkorlik – ishbilarmonlik faolligini yuritish, amalga oshirish san’atidir. Tadbirkorlik bu fikrlash jarayonidir. Chunki tadbirkor o’zi har bir g’oyani miyasida loyihalaydi, ishbilarmonlik operatsiyalarini fikran bajaradi. Ana shundan keyingina bu g’oyalarni amaliyotga tatbiq etadi. Tadbirkorlik oliy ta’lim tizimida mutaxassislik sifatida, fan sifatida yaqindagina paydo bo’ldi. Bu fanni, masalan, AQSHda 1970-yillarda ilk bor fan sifatida o’qitish boshlangan bo’lsa, O’zbekistonda tadbirkorlik asoslari mustaqillikdan keyingi dastlabki yillardanoq iqtisodiyot yo’nalishida mutaxassislar tayyorlovchi oliy o’quv yurtlarida fan sifatida o’qitila boshlandi. 2010-yildan boshlab esa, O’zbekiston Respublikasi Oliy va o’rta maxsus ta’lim vazirligining 2010-yil 30-oktabrdagi 407-sonli «Barkamol avlod yili» davlat dasturining 54-bandi ijrosini ta’minlash to’g’risidagi buyrug’iga asosan «Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik» oliy ta’lim tizimidagi barcha iqtisodiy va noiqtisodiy ta’lim yo’nalishlarida maxsus kurs sifatida 20 soat hajmda o’qitilib kelinmoqda¹

Tadbirkorlik fanining predmeti sifatida muayyan ishbilarmonlik muhitida iqtisodiy munosabatlarning faol subyekti bo’lmish insonning o’z- o’zini tashkil etish usullari va tamoyillari yotadi.

Ishbilarmon kishining o’z-o’zini tashkil etishi – bu muayyan tovar, mahsulot, xizmatlar ishlab chiqaruvchisi tomonidan mukammal, yaxlit ish qilish jarayonini ifoda etuvchi ketma-ket, o’zaro mantiqan bog’langan xatti-harakatlar majmuini amalga oshirishni nazarda tutadi. Aynan tadbirkorlik bazaviy o’quv kursi sifatida rahbar tadbirkorning professional mahoratini, faolligini, ishlab chiqarish siklini yaxlitligicha o’rganishga, tasavvur qilishga imkon beradi.

Tadbirkorlikning bazaviy o’quv fani sifatida qabul qilishning mohiyati shundaki, aynan shu fanni o’zlashtirgandan keyin yaxlit ishbilarmonlik jarayonlarining alohida bo’limlarini o’rganishga o’tiladi. Bunday bo’limlar sifatida quyidagilarni ta’kidlash mumkin:

a) ishlab chiqarishni tashkil etish;

¹ O’zbekiston Respublikasi Oliy va o’rta maxsus ta’lim vazirligining 2012-yil 30-oktabrdagi 407-sonli buyrug’i.

b) menejment;

d) marketing;

e) moliya;

f) tadbirkorlik faoliyatini huquqiy ta'minlash va boshqalar.

Tadbirkorlik – bu yangilikka intilish, qandaydir bir yangi ishni boshqarishga qaror qilish, biror ahamiyatli narsani yaratishga intilishdir. Mashhur iqtisodchi Y.Shumpeterning fikricha, «Tadbirkor bo'lish – bu boshqalar qilayotgan ishni qilmaslik, va qilganda ham ana shu ishni boshqalarnikidek tarzda qilmaslikdir¹».

Bugungi kunda dunyoda tadbirkorlikning umumqabul qilingan ta'rif mavjud emas. AQSHlik olim, professor Robert Xizrich tadbirkorlikka shunday deb ta'rif beradi: «Tadbirkorlik – bu qiymatga ega bo'lgan qandaydir yangi narsani yaratish jarayonidir. Tadbirkor esa shu narsani yaratish uchun o'zining bor vaqti va kuchini sarflaydigan, o'z gardaniga moliyaviy, ruhiy, ijtimoiy mas'uliyatni oluvchi, o'z ishining natijasi sifatida katta mukofot oluvchi insondir»² Bundan tashqari, ilmiy va o'quv adabiyotlarda tadbirkorlik va tadbirkorga iqtisodiy, siyosiy, huquqiy, boshqaruv nuqtayi nazaridan yondashgan holda ta'rif beriladi. Bugungi kunda bir necha yillardan buyon ehtiyoj bo'lsada, na xorijda, va na bizda umumqabul qilingan tadbirkorlikning iqtisodiy nazariyasi yaratilmagan. Tadbirkorlik faoliyati nazariyasining rivojlanishidagi «**uch to'lqin**» – tadbirkorlik amaliyotini ilmiy anglash jarayonini rivojlanishini shartli ravishda tavsiflashi mumkin.

«**Birinchi to'lqin**» XVIII asrda paydo bo'lgan bo'lib, u tadbirkor tomonidan amalga oshiriladigan **tavakkalchilik jarayonlari**, ya'ni tadbirkorning tavakkalchilik xususiyatlari bilan bog'langan. Aynan iqtisodiyot fanida tadbirkorlik faoliyatiga oid dastlabki tadqiqotlar ham XVIII asrda R.Kantilon, A.Tyurgo, F.Kene, A.Smit va J.B.Sey asarlari-da amalga oshirila boshlangan.

Kelib chiqishiga ko'ra, shotlandiyalik bo'lgan, fransuz iqtisodchisi R.Kantilon «birinchi to'lqin»ning asosiy namoyondalaridan bo'lib, u tadbirkorlikning muhim tavsifiy xususiyatlaridan biri sifatida tavakkalchilikni ajratib ko'rsatadi. R.Kantilonning fikricha, «tadbirkor – voqea va hodisalarni oldindan ko'ra bilish xususiyatiga ega bo'lgan, o'z zimmasiga barcha mas'uliyatni olib tavakkal qiluvchi, o'z xatti-harakatlari tufayli daromad olishga umid qiluvchi va har qanday yo'qotishlarga tayyor bo'lgan ixtiyoriy bir shaxsdir»³

¹ Бусыгин А.В. Предпринимательство. – М.: Инфра-М, 1997. С. 14.

² Do'stjanov T.D., Salayev S.K. Iqtisodiyot va tadbirkorlik asoslari. – T.: IQTISOD-MOLIYA, 2006. 243-bet.

³ O'sha joyda, 246-bet.

«Birinchiligi to'liq»ning davomchilari sifatida XIX asrdagi nemis klassik namoyondalari Y.Tyunen va G.Mangoldt hamda AQSHlik iqtisodchi F.Naytlarni ko'rsatish mumkin. R.Kantilondan keyin neoklassik maktab namoyondalari asarlarida o'ziga xos tavakkalchilik asosida raqobatlashib, savdo faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonaga egasini tadbirkor deb hisoblay boshladilar.

Bunday talqinda tadbirkorning daromadiga «tavakkalchilik uchun to'lov» deb qaraldi.

Tadbirkorlikni ilmiy anglash jarayonining «**ikkinchi to'liq**»i tadbirkorlikni asosiy xususiyati sifatida **innovatsion faoliyatni** ajratib ko'rsatish bilan bog'liq bo'ladi.

Bu oqimning asoschisi jahon iqtisodiy ilmlarining yirik namoyondalaridan biri Y.Shumpeter hisoblanadi. Y.Shumpeter tadbirkorni iqtisodiy o'sishning tabiiy omili sifatida «...ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotda doimo markaziy rolni o'ynaydigan shaxs» – deb ta'riflaydi. Y.Shumpeter tadbirkor faoliyatida 3 ta maqsadli motivlarni ajratadi:

- 1) *xo'jayinlikka, hokimiyatga bo'lgan intilish;*
- 2) *muvaffaqiyatga nisbatan irodali bo'lish, raqiblari bilan va o'z-o'zi bilan bo'lgan kurashda g'alabaga intilish;*
- 3) *mustaqil ish yuritish tufayli olinadigan ijod quvonchi, lazzati.*

Y.Shumpeter va uning izdoshlari bo'lgan neoavstriya iqtisodiy tahlil maktabining ko'zga ko'ringan namoyondalari L.Mizes, F.Xayekalar «**uchinchi to'liq**» asoschilari hisoblanadi. Ularning fikricha «...tadbirkorning ishi nafaqat yangi texnologik usullarni tajriba qilish, balki mavjud usullar ichidan kishilar uchun aynan zarur bo'lgan narsasini eng qulay, eng arzon bahoda ta'minlay oladiganini tanlashdir».

«Uchinchi to'liq»ning **asosiy g'oyasi** shundaki, unda tadbirkorning muhim **shaxsiy fazilatlari** diqqat markazida turadi. L.Mizes va F.Xayekaning g'oyalarini AQSHlik iqtisodchi I.Kirtsner rivojlantirdi va uning asarlarida «tadbirkor bozorni muvozanatga keltiruvchi kuch» sifatida talqin etiladi.

Tadbirkorlik rivojlanishining hozirgi bosqichini shartli ravishda «to'rtinchi to'liq»ga misol qilish mumkin. Uning asosiy xususiyati shundan iboratki, oldingi davrlardan farqli ravishda hozirda bironlarning puli evaziga tadbirkorlik qilish taomil tusiga kirgan, ya'ni intellektual kapital bilan moliyaviy kapital qo'shilishi natijasida tadbirkorlik amalga oshiriladi va bunga «antreprenorlik» deyiladi.

O‘z davrida A.Smit tadbirkorga quyidagicha ta’rif bergan edi: «Tadbirkor xo‘jalik yuritish tahlikasini o‘z zimmasiga oluvchi kapital egasidir¹».

A.Smit fikricha, tadbirkor – bu ishlab chiqarish omillarini uyg‘unlashtiradigan yoki iqtisodiy resurslarni past unumdorlik va foydalilik sohasidan yuqori foydalilik va unumdorlik sohasiga yo‘naltiradigan iqtisodiy gumashtadir.

Ko‘pchilik olimlarning fikriga ko‘ra, tadbirkorlik jamiyat iqtisodiy-ijtimoiy hayotining barcha sohalaridagi yangiliklarning mazmunini tashkil etuvchi foydani o‘zlashtirishga yo‘naltirilgan amaliy faoliyatdir².

Qozog‘istonlik olimlar tadbirkorlikni 4 ta unsurga ajratishadi: ishlab chiqarish faoliyati, tijorat faoliyati, moliyaviy faoliyat, boshqaruv faoliyati.

Rossiya FA akademigi L.I.Abalkinning fikricha, yetarlicha rivojlangan bozor xo‘jaligi tadbirkorlikni rivojlanishining negizi hisoblanadi³

Haqiqatan ham, bozor iqtisodi subyektlari xo‘jalik faoliyatida «tadbirkorlik» va «biznes» tushunchalarini bir-biri bilan bog‘liq va amaliy jihatdan bir-birining o‘rniga qo‘llash mumkin. Ammo «tadbirkorlik» va «biznes» tushunchalari iqtisodiy ta’sir etish sohalari nuqtayi nazaridan qaraganimizda bir xil deb hisoblab bo‘lmaydi. «Biznes» tushunchasi tadbirkorlikka qaraganda bir oz kengroq tushunchadir. Tadbirkorlik faoliyati biznesning bir shakli sifatida maydonga chiqadi. **Tadbirkorlik keng ma’noda** shaxsiy manfaatga asoslangan, subyekt oldida turgan maqsadga erishishga qaratilgan, uning bevosita ishtirokida o‘zining shaxsiy omillariga asoslanib amalga oshiriladigan, oila xo‘jaligini yuritishdan tortib, tovar ishlab chiqarish va sotish hamda xizmatlar ko‘rsatishgacha bo‘lgan yumushlar bilan bog‘liq aqliy faoliyatdir.

Tor ma’noda, tadbirkorlik faoliyati – faqat iqtisodiy sohaning turli-tuman darajalaridagi mahsulot ishlab chiqarish jarayonlarini, sohibkorlikni ifoda qiladi.

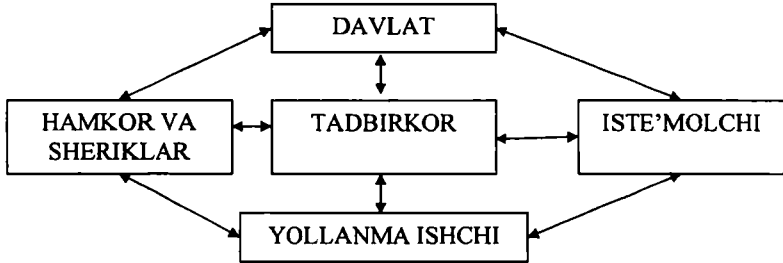
Iqtisodiy faollik shaxsning o‘zi, o‘z oila a‘zolarini hayotiy faoliyatini ta’minlash uchun moliyaviy mablag‘larni olish usulini ifoda

¹ Шапколов Ф. Роль предпринимателя в рыночной экономической системе. – М.: Маркетинг, 1997. № 3. С.95.

² Salayev S. Iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish sharoitida kichik va o‘rta biznes muammolar, tahlillar va istiqbollari. – T.: «Fan», 2002. 9-b.

³ Абалкин Л.И. Заметки о российском предпринимательстве.-Прогресс-Академия, 1994. - С.12.

etadi. **Tadbirkorlik faoliyatining asosiy subyekt**i sifatida tadbirkor, iste'molchi, sherik, davlat, yollanma ishchi maydonga chiqadi.(1.1.1-chizma)



1.1.1-chizma. Tadbirkorlik faoliyatining subyektlari.

Tadbirkorlik faoliyatining obyekti – tovar, mahsulot, xizmatlar hisoblanadi. Tadbirkorlik faoliyatining asosiy maqsadi katta foyda, daromad keltiruvchi, yuqori talabga ega bo'lgan tovar yoki xizmatni bozorga taklif qilishdir. Bu esa muayyan xarajatlar qilishni taqozo qiladi.

Xarajat deganda muayyan bir tovarni ishlab chiqarish bilan bog'liq pul ko'rinishidagi tadbirkor qilgan sarflar tushuniladi.

Daromad bu tadbirkorni ma'lum bir tovar yoki xizmatni sotishi natijasida uning hisob raqamiga yoki kassasiga to'lov sifatida tushuvchi mablag'dir.

Masalan, bankdan sizning hisobingizga A shaxsdan 500 ming so'm tovar yetkazib berganingiz uchun to'lov sifatida tushdi. Bu tovarni ishlab chiqarish sizga 350 ming so'mga tushdi. U holda, 500 ming so'm – bu sizning daromad, qolgan 150 ming so'm foyda hisoblanadi.

Ammo, shuni ta'kidlash kerakki, foyda olish uchun tadbirkor bo'lish shart emas, ya'ni foyda olish faqat tadbirkorgagina xos xususiyat emas. Shuning uchun ham, tadbirkor foydasi yoki daromadi oddiy kishi foydasidan farqli o'laroq, 2 ta unsur dan tashkil topadi:

a) ishbilarmon kishining oddiy, odatdagi foydasi;

b) ishbilarmon kishining odatdagi foydasidan ortiqcha foydasi.

Ana shu 2 ta unsur tadbirkorlik foydasi bo'lib hisoblanadi va tadbirkorning ishlab chiqarishdagi novatorligi uchun, innovatsion yondashuvi uchun mukofot hisoblanadi.

Masalan, yaqin vaqtlargacha sizning korxonangiz barqaror sur'atda oyiga 1 mln. so'm foyda olib turar edi. Siz ishlab chiqarish

jarayonini tashkil etish tizimini o'zgartirdingiz va natijada ishlab chiqarish samaradorligi o'sib, foyda oyiga 1.5 mln. so'mga chiqdi. Bu holda 500 ming so'm sizning tadbirkorlik foydangiz bo'ladi.

Demak, har qanday tadbirkor ishbiarmon kishi hisoblanadi, lekin har qanday ishbiarmon kishi tadbirkor turkumiga tegishli bo'lmisligi mumkin.

Tadbirkorlikni rivojlantirish o'z navbatida muayyan bir ijtimoiy holatni – tadbirkorlik muhitini bo'lishini taqozo etadi.

Tadbirkorlik muhiti – zarur resurslarni ishlatish, tadbirkorlik kapitalini shakllantirishga imkon beruvchi, iqtisodiy aloqalarning bozor turi hukmron bo'lishini ta'minlovchi tadbirkorlik faoliyati uchun shart-sharoitlar majmuini va iqtisodiy erkinlik darajasini o'z ichiga oluvchi ijtimoiy-iqtisodiy holatdir.

Tadbirkorlik muhitini shakllantirish – boshqariladigan jarayondir. Tadbirkorlik muhitini shakllantirish, loyihalashtirish ko'p yo'nalishli hodisa bo'lib, u o'z ichiga quyidagi unsurlarni oladi:

- jamiyat iqtisodiy va ijtimoiy-iqtisodiy falsafasining o'zgartirilishi;

- milliy ijtimoiy ruhiyatining mos ijtimoiy-iqtisodiy falsafaga binoan o'zgartirilishi;

- milliy ijtimoiy ruhiyatni qabul qilingan ijtimoiy-iqtisodiy falsafaga mos ravishda o'zgartirilishi;

- tadbirkorlikni rivojlanishiga bevosita ta'sir etuvchi adekvat tadbirkorlik infratuzilmalarini rivojlantirishni rag'batlantiradigan milliy dasturni qabul qilish.

Keltirilgan yuqoridagi 4 ta unsur iqtisodiyoti o'tish davrida bo'lgan barcha iqtisodiy tizimlar uchun o'rindir.

Tadbirkorlik iqtisodiy faollikning maxsus shakli sifatida va aholi bandligini, yangi ish o'rinlarini manbai sifatida sanoati rivojlangan barcha davlatlarda hukumat tomonidan qo'llab-quvvatlanadi. Endi rivojlanayotgan, qoloq davlatlarda esa «**ko'cha tadbirkorligi**» keng tarqalgan.

Hukumat tomonidan tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash quyidagi 3 ta yo'nalishlar bo'yicha aniq chora-tadbirlarni ishlab chiqarishga qaratiladi:

a) yangi tashkil etilgan firmalarni va ochilishi kutilayotgan firmalarni o'z faoliyatlarining dastlabki jarayonida har xil maslahatlar berish (firma tashkil etilgandan boshlab 1-3 yil davomida),

masalan AQSHda shu maqsadda hukumatning «KBM (kichik biznes bo'yicha ma'muriyat)» hududiy bo'linmalari faoliyat ko'rsatadi;

b) tashkil etilgan tuzilmalarga muayyan moliyaviy yordamlar ko'rsatish va ularga har xil imtiyozlar berish (ayniqsa, soliqqa tortish sohasida);

d) moliyaviy jihatdan zaifroq bo'lgan tadbirkorlik tuzilmalariga texnikaviy, ilmiy-texnik yoki texnologik yordam ko'rsatish.

Davlat tomonidan yordam ko'rsatish kichik korxonalar to'rtinchi yoki yirik korxonalar mezoniga o'tgunga qadar amalga oshiriladi.

Keyingi yillarda muhtaram yurtboshimizning bevosita tashabbuslari bilan hukumatimiz tomonidan KBXTni rivojlantirish borasida **bir nechta yo'nalishlarda** tub ijtimoiy-iqtisodiy hamda huquqiy islohotlar amalga oshirildi va biz mutloq haqiqatga da'vo qilmagan holda ularni shartli ravishda o'n bitta yo'nalishlarga ajratdik. Albatta, bu yo'nalishlarni yiriklashtirib beshta yoki oltitaga guruhlashimiz yoki har bir choralar-tadbirlar bo'yicha maydalab yigirmata yoxud o'ttiztaga ajratishimiz mumkin. Jumladan, **birinchi yo'nalish** – *KBXT subyektlari uchun yanada qulay muhit yaratish* borasida bir qator ijobiy ishlar amalga oshirildi:

- tadbirkorlik, kichik va xususiy biznesga ko'proq erkinliklar berish;

- davlat boshqaruv vazifalari va turli ruxsat berish me'yorlarini qisqartirish, byurokratik to'siqlarni bartaraf etish;

- moliya-kredit va xomashyo resurslari, mahsulotlarga davlat buyurtmasidan foydalanishning bozor dastaklari hamda mexanizmlarini joriy etish;

- mol yetkazib beruvchi korxonalar va barcha xo'jalik yurituvchi subyektlar, xaridorlar bilan kooperatsion aloqalarni rivojlantirish va mustahkamlash va h.k.

Ikkinchi yo'nalish – *KBXT subyektlarining huquq va manfaatlarini himoya qilishni kuchaytirishga yo'naltirilgan me'yoriy-huquqiy bazani yanada takomillashtirish* borasida ham bir qator ishlar amalga oshirildi va bugungi kunda ham amalga oshirilib kelinmoqda.

Jumladan, bevosita KBXT sohasiga taalluqli bo'lgan 400ga yaqin me'yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilindi. Bevosita mavjud qonunchilik, me'yoriy-huquqiy bazani tanqidiy nuqtayi nazardan baholagan holda yanada takomillashtirish borasida «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi Qonunning yangi tahririni tayyorlash, KBXT subyektlari huquq va manfaatlarini himoya qilishni kuchaytirishga

yo'naltirilgan yangi qonun hujjatlarini qabul qilish bo'yicha O'zbekiston Respublikasining «*Tadbirkorlik faoliyati sohasida ruxsat berish tartib qoidalari to'g'risida*»gi, «*Xususiy mulkni himoya qilish va mulkdorlar huquqlarining kafolatlari to'g'risida*»gi Qonunlarni ishlab chiqish va qabul qilish maqsadga muvofiq.

Uchinchi yo'nalish – *KBXT subyektlarining moliya-xo'jalik faoliyatiga davlat va nazorat tuzilmalarining aralashuvini keskin kamaytirish* hisoblanadi. Respublikamizda o'tgan yillar mobaynida KBXT subyektlar faoliyatini tartibga soluvchi 200 dan ortiq qonun hujjatlari loyihalari ekspertizadan o'tkazildi va buning natijasida 26 ta qonunga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritildi, 76 ta idoraviy me'yoriy-huquqiy va qonun osti hujjatlari loyihalari ekspertizadan o'tkazildi. Shuningdek, inqirozga qarshi choralar dasturiga muvofiq xo'jalik yurituvchi subyektlarni tekshirishlar sonini kamida 30 foizgacha qisqartirildi. Mazkur yo'nalishda korxonalarining moliya-xo'jalik faoliyatiga davlat va nazorat tuzilmalarining aralashuvini keskin kamaytirish bo'yicha choralarni izchil ravishda amalga oshirish, korrupsiya, poraxo'rlik, ta'magirlik, xizmat vazifasini suiiste'mol qilish orqali KBXTning rivojlanishiga to'sqinlik qilish kabi qonunga zid bo'lgan holatlarni butunlay bartaraf etish maqsadga muvofiq.

To'rtinchi yo'nalish – *KBXT subyektlarini tashkil etish tartibini soddalashtirish va faoliyat yuritishning moddiy-texnik sharoitlarini ta'minlashdir*. Bu borada hukumatimiz tomonidan KBXT subyektlariga ko'pgina imtiyoz va qulayliklar yaratib berildi. Xususan, mahsulotlarni gigiyenik sertifikatining amal qilishi cheklanmagan muddatga o'tkazildi, fitosanitariya xulosalarini berish muddatlari qisqartirildi, elektr va issiqlik tarmoqlariga ulanish uchun texnik shartlarni bajarish muddatlari 1 oydan 3 kungacha qisqartirildi, binolarni turar joydan noturar joy toifasiga o'tkazish jarayoni soddalashtirildi, davlat mulkidagi bo'sh binolarning ijara haqlari pasaytirilishi natijasida 81 foizi tadbirkorlik subyektlariga ijaraga berildi, tashqi reklamani joylashtirish qiymati ayrim viloyatlarning qishloq joylari uchun 50 foizgacha pasaytirildi va h.k.

Beshinchi yo'nalish – *KBXT subyektlariga soliq va boshqa to'lovlar borasida yengilliklar yaratish, hisobot topshirish tizimini takomillashtirish sanaladi*. Unga muvofiq, 1996–2010-yillar mobaynida KBXT subyektlariga belgilangan soliq stavkalari mos ravishda 38

foizdan 7 foizgacha pasaytirildi va 2011-yilda yagona soliq stavkasini 6 foizgacha pasaytirish ko'zda tutilgan¹.

Shuningdek, kelgusida hisobotlar topshirish jarayonlaridagi qog'ozbozlikni va har xil sansalorlik, ovoragarchilik, to'rachilik kabi salbiy illatlarni oldini olish, vaqtni tejash va ish samaradorligini oshirish maqsadida tadbirkorlik subyektlarini elektron hisobot topshirish tizimini joriy qilish ko'zda tutilgan. Bundan tashqari, tarmoq yo'nalishida ham KBXT subyektlariga bir qator imtiyozlar berilgan bo'lib, xususan:

- **2014-yil 1-yanvargacha**, yangidan tashkil etilgan ta'mirlash-qurilish tashkilotlari soliqlarning barcha turlaridan va ayrim majburiy ajratmalarni to'lashdan ozod qilingan;

- **2012-yilning 1-yanvarigacha**, go'sht va sutni qayta ishlashga ixtisoslashgan mikrofirmalar va kichik korxonalarining yagona soliq to'lovi 50 foizgacha kamaytirildi va chetdan olib kelinadigan texnologiya uskunalari bojxona to'lovlaridan ozod qilingan;

- **15 xildagi nooziq-ovqat iste'mol tovarlari ishlab chiqarishga ixtisoslashgan mikrofirmalar va kichik korxonalar** foyda solig'i, mulk solig'i va yagona soliq to'lovlaridan, respublika yo'l jamg'armasiga majburiy ajratmalar to'lashdan, ishlab chiqarishda foydalaniladigan uskunalarini import qilishda bojxona to'lovlaridan ozod qilingan.

Oltinchi yo'nalish – KBXT subyektlarini kreditlash mexanizmini yanada takomillashtirish hisoblanadi. *O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 10-noyabrdagi 4051-sonli Farmoniga muvofiq*, tadbirkorlik faoliyatini boshlash uchun imtiyozli kreditlar bo'yicha foiz stavkalari maksimal stavkani yillik **5 foizdan 3 foizga**, KBXT subyektlari faoliyatini kengaytirish va aylanma mablag'larini to'ldirish uchun mikrokreditlar bo'yicha **qayta moliyalashtirish stavkasining 100 foizidan 50 foizigacha**, KBXT subyektlari uchun imtiyozli **mikrolizing xizmatlari bo'yicha maksimal stavkani yillik 7 foizdan 5 foizgacha** pasaytirildi. Shuningdek, KBXT subyektlarini qo'llab-quvvatlash uchun ajratilgan kreditlar miqdori, 2001-yilda 171,5 mlrd.so'mdan 2009-yilga kelib 1,85 trln.so'mga yoki qariyb 10 barobarga oshdi.

Yettinchi yo'nalish KBXTni rivojlantirish uchun xorijiy investitsiyalarni keng jalb etish sanaladi. Jumladan, 2008-yilda Osiyo

¹ Prezident Islom Karimovning O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 18 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdag *«Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo'lini izchil davom ettirish – taraqqiyotimizning muhim omilidir»* mavzusidagi ma'ruzasi // Xa' so'zi, 2010-yil 7-dekabr.

taraqqiyot banki (ADB), Islom taraqqiyot banki (IDB), Germaniya taraqqiyot banki (KfW), Xitoy xalq respublikasi hukumatining va boshqa xorijiy investorlarning moliyalashtirishi asosida KBXT sektoriga 80,0 mln. AQSH dollari miqdorida bevosita investitsiyalar kiritilgan bo'lsa, 2009-yilda bu ko'rsatkich 121,8 AQSH dollarini tashkil etdi va 2008-yilga nisbatan o'sish 152,2 foizni tashkil etdi.

Respublikamizda KBXTni rivojlantirishning **sakkizinchi yo'nalishi** – KBXT subyektlarining tashqi iqtisodiy faoliyat sohasidagi ishtirokini kengaytirishdir. Bu borada KBXT subyektlarining ulushi unchalik salmoqli darajada emas va respublikamiz eksportida KBXT subyektlarining ulushi 2009-yilda 15,1 foizni tashkil qildi¹ Shu sababli, istiqbolda ularning eksport salohiyatini oshirishga ko'maklashish, eksport mahsulotlarini mintaqa va jahon bozorlariga chiqishini ta'minlash hamda jahon bozorlari konyunkturasi va mahsulotlarining potensial xaridorlari to'g'risida axborot olish masalalarini qat'iy hal etish lozim.

Navbatdagi **to'qqizinchi yo'nalish** esa *ilg'or ilm va fan yutuqlariga asoslangan venchur tadbirkorligini va xususiy biznesini rivojlantirishga keng yo'l ochib berish* sanaladi. Fikrimizning dalili o'laroq, muhtaram Prezidentimiz «...sanoat sohasida, yuqori texnologiyalarni talab etadigan zamonaviy ishlab chiqarish tarmoqlarini tashkil etishda, innovatsion va nanotexnologiyalar, farmakologiya va farmatsevtika, axborot-kommunikatsiya tizimi, biotexnologiya, muqobil energetika turlaridan foydalanish sohasida, muxtasar aytganda, **ilg'or ilm-fan yutuqlariga asoslangan KBXTni rivojlantirishga keng yo'l ochib berishimiz zarur**» deb ta'kidlaydi²

Tadbirkorlik faoliyati va kichik biznesni rivojlantirishning keyingi **o'ninchi yo'nalishi** esa, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-1271 sonli Qaroriga³ muvofiq, *aholi va o'rta sinf mulkdorlari daromadlarini shakllantirish asosi bo'lgan KBXTni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish, bu sohadagi mavjud muammolarni hal etish, yoshlar, avvalambor, kasb-hunar kollejlari va oliy ta'lim muassasalari bitiruvchilarini, ayniqsa, qishloq joylarida ularni tadbirkorlik faoliyatiga keng jalb etish uchun sharoit yaratish* hisoblanadi.

¹ www.chamber.uz

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

³ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 27.01.2010-y.dagi PQ-1271-sonli «Barkamol avlod yili Davlat dasturi to'g'risida»gi Qarori.

Respublikamizda KBXTni rivojlantirishning o'z birinchi yo'nalishi KBXT subyektlariga taqdim etilayotgan imtiyozlar va qulay sharoitlar tizimini yanada rivojlantirish hisoblanadi. Jumladan, KBXT subyektlariga taqdim etilayotgan imtiyozlar, preferensiyalar va xo'jalik yuritishning qulay sharoitlarini ta'minlash, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan resurslarga erishish mexanizmlarini takomillashtirish, kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish to'g'risidagi axborot ta'minoti va maslahat berishning yaxlit integratsiyalashgan tizimini yanada rivojlantirish kabilar mazkur yo'nalishdagi eng muhim vazifalardan sanaladi. Hozirgi vaqtda dunyoda umumqabul qilingan tadbirkorlik tuzilmasi tushunchasining ta'rif mavjud emas. U yoki bu firmani kichik yoki o'rta tadbirkorlik tuzilmasiga tegishli ekanligini aniqlash uchun bir qator ko'rsatkichlar ishlatiladi: yillik o'rtacha ishlovchilar soni, asosiy fondlari qiymati, yillik tushumlari va aylanma mablag'lari hajmi. Ba'zi mamlakatlarda bitta ko'rsatkich, masalan, AQSH da 2 ta ko'rsatkich ham ishlatiladi. Fransiyada 9 kishigacha band bo'lgan firmalar kichik tadbirkorlik tuzilmasiga tegishli bo'ladi. Bizda esa bu ko'rsatkich 1991 – 2012-yillar davomida 4 marta sohalar bo'yicha quyidagicha o'zgardi (1-ilovaga qaralsin).

Demak, 1-ilovadan ko'rinadiki, O'zbekiston Respublikasi KBXT subyektlari deganda yakka tadbirkor, kichik korxonalar va mikrofirmalar tushuniladi va ularni tasniflashda faqat ishchilar soni ko'rsatkichi qo'llaniladi.

Shuninkdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28-iyuldagi PF-4232-sonli Farmoni¹ga ko'ra, agar mikrofirma va kichik korxonalar tomonidan kasb-hunar kollejlari, akademik litsey va oliy ta'lim muassasalari bitiruvchilari bilan mehnat shartnomasi tuzilsa, ularga qonun hujjatlarida belgilangan cheklangan normativ ishchilar soni ko'rsatkichidan 20 foizgacha oshirishga ruxsat beriladi hamda ularga belgilangan KBXT subyektlari uchun imtiyozlar saqlanib qoladi. Bu esa Hukumatimiz, bevosita Prezidentimiz tomonidan olib borilayotgan oqilona ijtimoiy siyosatning yana bir yaqqol namunasi desak also mublag'a bo'lmaydi.

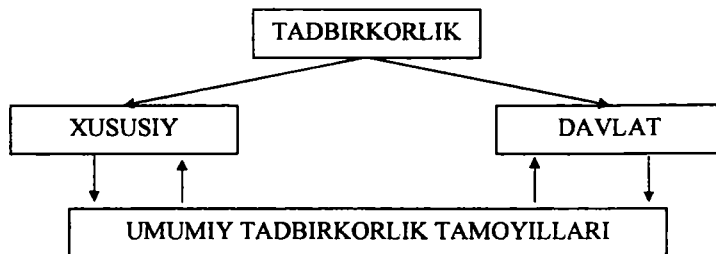
Ammo, tadbirkorlik tamoyillari davlat sektorida ham qo'llaniladi. Shu nuqtayi nazardan qaraganda quyidagi asosiy tadbirkorlik turlari farqlanadi:

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28-iyuldagi PF-4232-sonli «Ta'lim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risidagi» Farmoni.

a) tadbirkorlikning xususiy shakllari;

b) davlat tadbirkorligi.

Buni quyidagi chizmadagidek ifodalash mumkin:



1.1.2-chizma. Tadbirkorlikning ikki asosiy shakli.

Albatta jamoa, oila tadbirkorligi va boshqa turdagi tadbirkorlik to'g'risida so'z yuritish mumkin. Ammo, bularning barchasi 2 ta shaklning hosilalari hisoblanadi.

1.2. Tadbirkorlik qarorini qabul qilish jarayoni va tadbirkorlik hisob-kitoblari

Tadbirkor har bir narsani g'oyadan boshlaydi. Tadbirkorlik g'oyasi – ishlab chiqaruvchining mumkin bo'lgan qiziqishlarini qandaydir bir muayyan iqtisodiy shaklini ifoda qiladi. Bunday qiziqishlarni tadbirkor imkoniyatlarini o'zaro uyg'unlashtirish, solishtirish vositasida namoyon qiladi.

Shuni ta'kidlash kerakki, tadbirkorlikda tadbirkorlik g'oyalari jamlash va tanlash yoki tadbirkorlik g'oyalari bankining tashkil etish tushunchasi bor. Bu albatta ham joriy, ham istiqbolli tavsifga ega hamda tadbirkorning o'z korxonasi ishlab chiqarish ixtisosligini o'rganish istagi bilan bog'liq.

Masalan, oshxona mebeli ishlab chiqarish kerakmi yoki bolalarning yog'och o'yinchoqlarinimi? Buning uchun esa bozorni o'rganish kerak. Shu sababli yangi ish boshlagan yoki boshlayotgan tadbirkor g'oyalar bankini shakllantiradi.

G'oyalar banki – bu qaysi narsa asosiy yoki qo'shimcha ishlab chiqarish ixtisosini tashkil etishi mumkinligi to'g'risidagi fikrlarning bir qancha variantlaridir. Ba'zi paytda tadbirkor g'oyalar bankini to'ldirish uchun o'z hamkasblari fikrlarini bilish uchun anketa so'rovi o'tkazadi,

yangi ma'lumotlar yig'adi. Buning uchun quyidagicha maxsus namunaviy g'oyalar varag'i tuziladi (1.2.1-jadval).

Ixtiyoriy firmaning namunaviy g'oyalar banki varag'i

1.2.1-jadval

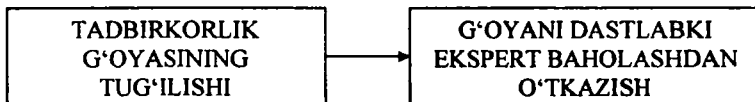
Firma ixtisosi to'g'risida sizning fikringiz	Ishlab chiqarish uchun nimani taklif qilishingiz mumkin	Taklifning qisqacha tavsifi

Tadbirkorlik faoliyatida istalgan bir g'oyani ekspert baholashidan o'tkazish lozim. Lekin shuni eslash lozimki, ekspert baholash 2 ta bosqichda avval – g'oyaning mazmuniga ko'ra, so'ngra – uni amaliy qo'llash mumkinligiga ko'ra o'tkazilishi lozim. Dastlab, birinchi bahoni tadbirkorning o'zi bersa, ikkinchi bo'lib ekspertlar baholash uchun jalb qilinadi va yollangan mutaxassislar tomonidan xolisona baho beriladi. 1-bosqichda ekspert baholashi umumiy ahamiyat kasb etadi va shu asosida tadbirkorning imkoniyatlari g'oyaning mazmuni bilan mos tushadimi degan savolga javob yotadi.

Masalan, bugun avtomobil ishlab chiqarish bilan shug'ullanish juda foydali bo'ladi, lekin, men yakka tadbirkor bu g'oyani amalga oshira olamanmi? – Albatta yo'q.

Demak, **birinchi ekspert baholovi** g'oyani amalga oshirish mumkin yoki mumkin emasligi to'g'risida guvohlik beradi.

Shunday qilib, tadbirkor harakatlarining ketma-ket zanjiri qurila boshlanadi (1.2.1-chizma).



1.2.1-chizma. Tadbirkorlik faoliyatining umumiy chizmasi.

Endi bu g'oyani amalga oshirish kerakmi yoki yo'qmi? degan savolga javob berish kerak. Albatta, bu to'g'risida qaror qabul qilish uchun tadbirkorda imkoniyat yo'q. Nima uchun? Chunki biz eng asosiysini bilmaymiz. Agar biz tadbirkorlik g'oyasi negizida yotuvchi tovarni ishlab chiqarib bozorga olib chiqsak, uni bozor qanday qabul

qiladi. Buning uchun tadbirkorga bozor to'g'risida zarur ma'lumotlar kerak. Chunki tadbirkor o'z g'oyasining obyektiv ma'lumotlar asosida moliyaviy natijasini ko'ra bilishi kerak. Bu esa o'z navbatida, ya'ni bozor to'g'risidagi obyektiv ma'lumotlarni olishni taqozo etgani holda beshta o'zaro bog'liq majburiy harakatlar ketma-ketligini amalga oshirishni ko'zda tutadi.

Birinchidan, tadbirkor o'zi ishlab chiqarmoqchi bo'lgan tovarning bozordagi taklifi va talabi nisbatini aniqlashi lozim. Albatta, bu haqda aniq ma'lumotni hech bir tadbirkor ola bilmaydi, shuning uchun bu ma'lumot taxminiy ko'rinishda bo'ladi va tadbirkorning hisob-kitob ishlari natijasi hisoblanadi. Bu o'rinda, bozor deganda aniq bir bozor, ya'ni tovar chiqariladigan bozor tushuniladi, *masalan, Toshkent bozori, Qoraqalpoq bozori, Polsha bozori, Eron bozori, Xazorasp bozori.*

Talab va taklif o'rtasidagi nisbatning quyidagicha mumkin bo'lgan variantlari mavjud:

Talab va taklif o'zaro nisbatining turli variantlari

1.2.2-jadval

A VARIANT	B VARIANT	V VARIANT
Talab va taklif tengligi (mutanosib)	Talab taklifdan oshadi (nomutanosib) Tadbirkor uchun juda qulay nisbat	Taklif talabdan oshadi. Tadbirkor uchun noqulay nisbat

Talab va taklif o'rtasidagi nisbatni bozorda mavjud tovar uchun ham, bozor uchun yangi bo'lgan tovar uchun ham aniqlash mumkin. Ammo, bozor uchun an'anaviy bo'lgan tovar uchun talab va taklif nisbatini aniqlash biroz murakkab bo'lib, unda nafaqat nisbatni, balki bu nisbatning, dinamikasini ham aniqlash lozim bo'ladi. Agar tovar bozor uchun an'anaviy bo'lsa, u holda uni sifat ko'rsatkichlarini – o'ralishini, yorliqlanishini o'zgartirish zarur bo'ladi va albatta, bu tovarning bahosini kamaytirish lozim. Aynan baho pasaygan holdagina tovar bozorga «yaxshi kirishi» mumkin.

Demak, talab va taklif o'rtasidagi nisbatni aniqlash «g'oyani amalga oshirishga kirishish yoki boshqa variantlarni izlash kerakmi?» degan savolga javob beradi.

Lekin, baribir, o'tkazilgan tahlil tadbirkorlik qarorini qabul qilish uchun asos bo'la olmaydi. Buning uchun axborot bazasini kengaytirish talab qilinadi.

Ikkinchidan, tadbirkorga tovarni bozorga yetkazib berishda nimaga ishonishi, ya'ni taklif qilayotgan tovari uchun u **bozorda qanday bahoni kutayotganligini** aniqlash kerak. Demak, u tovarni bahosini bashorat qilishi lozim. Shuni ta'kidlash kerakki, ulgurji va chakana bahoni tadbirkor mavjud bozor munosabatlari tizimida o'zi hamkorlik qilayotgan sherikka bog'liq ravishda farqlashi lozim. Chunki agar tadbirkor o'zining xususiy chakana savdo tarmog'iga ega bo'lsagina, u iste'mol bozorida o'rnatilgan tovar bahosining 100 foizini olishi mumkin. Agar u tovarni vositachi orqali sotsa, u holda u 85 foiz yoki undan ham past bo'lgan miqdorda tovar bahosini olishi mumkin. Tovar bahosining 15 foizini vositachi o'z xarajatlarini qoplash yoki o'zini foyda bilan ta'minlash uchun o'zlashtiradi.

Shuning uchun tovar ishlab chiqaruvchisi o'z tovarini vositachi orqali sotishga bitim tuzar ekan, u holda u quyidagicha mulohaza yuritishi kerak.

Masalan, bozorda mening tovarim bahosi 10 000 so'm. Men vositachiga 1000 tovar birligini sotaman, lekin qo'yilgan kapital uchun 10 % foyda olish – bu vositachilar uchun odatdagi hol. Bundan tashqari, vositachi tovarni bozorga tomon harakatlantirish bilan bog'liq bo'lgan 2 000 000 so'm hajmdagi xarajatlarni qoplashi kerak.

Agar barcha tovar partiyasini vositachi sotsa, u holda 10 000 so'm x 1000 = 10 000 000 so'm oladi. 2000000 so'm xarajatini ayirsak, uning daromadi 8 000 000 so'mni tashkil qiladi, uning foydasi esa 10 % dan (800 000 so'm atrofida) kam bo'lmasligi kerak. Demak, men unga tovar partiyasining 7 200 000 so'mdan kam yoki ko'pga bermasligim kerak. Shu 7200 000 so'm mening uchun bitim tuzishga va tovarlarni sotish uchun jo'natishga kelishishda oxirgi nuqta bo'lib xizmat qiladi.

Ammo bu baho holatga qarab o'zgarishi mumkin. Albatta, bu summa ishlab chiqarish xarajatlari va foyda bilan taqqoslanishi lozim. Biroq bu ham tadbirkorlik qarorini qabul qilishi uchun asos bo'la olmaydi. Axborot bazasini yanada kengaytirish lozim bo'ladi.

Uchinchidan, tadbirkor tovarni ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan o'z ishlab chiqarish xarajatlari hajmini aniqlashi lozim bo'ladi. Tadbirkorni tovarni ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlari, **ishlab chiqarish xarajatlari** deb ataladi. Odatda, bu hisob-kitob tovar birligiga nisbatan amalga oshiriladi. Ishlab chiqarish xarajatlariga quyidagilar kiradi:

$$I_x = A_o + X_b + I_{kb} + Y_x$$

bu yerda, A_a – amortizatsiya ajratmalari; X_b – xomashyo bahosi; I_{kb} – ishchi kuchi bahosi; Y_x – ustama xarajatlar.

Amortizatsiya ajratmalari – muayyan bir tovarni ishlab chiqarishda ishlatilgan barcha texnik elementlar qiymatining bir qismi asosiy vositalar eskirishi bo‘lib, tovar mahsuloti birligiga nisbatan yoki yiliga nisbatan hisoblanadi.

Amortizatsiya ajratmalari 3 xil yo‘l bilan hisoblanadi:

– ishlab chiqarish jarayonidagi ishlatiladigan texnik unsurlar (bino, stanok va boshqa texnologiyalar) ning to‘liq qiymati bo‘yicha;

– texnik unsurlarni ishlatilishining to‘liq normativ muddatiga nisbatan;

– texnik unsurlar ishtirokida ishlab chiqariladigan tovar birligi miqdori bo‘yicha.

Tovarni sotgandan keyin eskirgan stanok yoki texnikaning miqdoriga ekvivalent bo‘lgan pul miqdori maxsus amortizatsiya hisobiga o‘tkaziladi.

Buning ikki xil varianti mavjud:

Masalan, stanok sotib oldik.

1) *stanok 5 yil normal ishlashi kerak. Demak, biz har yili uni 20 % i qiymatini qoplashimiz kerak;*

2) *bu variant vaqt omili emas, balki miqdoriy omil bilan bog‘liq.*

Jadal amortizatsiya texnik unsurlarning jismoniy emas, balki ma‘naviy yemirilishini nazarda tutadi. Shuning uchun, tadbirkor yangi texnologiyani joriy etish uchun texnologiyalarga sarflangan pul mablag‘larini tezroq qoplashni nazarda tutadi.

Xomashyo bahosi – tovar, xizmatlar ishlab chiqarish uchun ketgan xomashyolarning bahosidir.

Ishchi kuchi bahosi quyidagicha hisoblanadi:

$$I_{kb} = \frac{I_{hj}}{T_{bm}}$$

bu yerda, I_{hj} – ish haqining umumiy jamg‘armasi, T_{bm} – tovar birligining umumiy miqdori.

Ustama xarajatlar har bir tovar birligiga nisbatan hisoblanadi va u o‘z ichiga har bir tovar birligiga nisbatan sarflangan gaz, suv, elektr-energiya va boshqa resurslar, transport xarajatlari, o‘rash, yorlig‘lash qiymatlarini oladi.

To'rtinchidan, agar g'oya amalga oshiriladigan bo'lsa, g'oyaning keltirishi mumkin bo'lgan samarasi, ya'ni **tadbirkorlik foydasi** aniqlanadi.

$$T_s = Ya_d - I_x$$

bu yerda, T_s – tadbirkorlik samarasi (foydasi); Ya_d – yalpi daromad; I_x – ishlab chiqarish xarajatlari.

Yalpi foydadan soliq ajratmalarini (S_a) ayirib tadbirkorlik sof foydasini topamiz:

$$T_f = Ya_d - I_x - S_a$$

bu yerda, S_a – soliq ajratmalari.

Bundan tashqari, tadbirkorlik sof foydasining o'rtacha normasini (F_n) aniqlash lozim. Buning uchun, tadbirkor sof foyda hajmini ishlab chiqarish xarajatlariga bo'lib, 100 % ga ko'paytiradi.

$$F_n = \frac{T_f}{I_x} * 100\%$$

Shu chiqqan natijani, tarmoqdagi o'rtacha ko'rsatkich bilan taqqoslab, tadbirkor o'z operatsiyasini amalga oshirishga kirishadi.

Beshinchidan, tadbirkorlik qarorini qabul qilish olingan axborotni ekspert baholashni talab qiladi, ya'ni tadbirkor doimo aniq **iqtisodiy ko'rsatkichlarga** e'tibor qaratishi lozim: Yalpi daromad, haqiqiy yalpi tushum, haqiqiy ishlab chiqarish xarajatlari.

$$J_d = X_{yat} - X_{six}$$

bu yerda, J_d – jami daromad; X_{yat} – haqiqiy yalpi tushum; X_{six} – haqiqiy sarflangan ishlab chiqarish xarajatlari.

Haqiqiy sarflangan ishlab chiqarish xarajatlari ikki qismga ajraladi:

1) ishlab chiqarish jarayonini amalga oshirish bilan bog'liq xarajatlari;

2) ishlab chiqarish jarayoni uchun zarur sharoitlarni yaratish bilan bog'liq xarajatlar.

Birinchi turga quyidagi xarajatlar kiradi:

– xomashyo, yarim tayyor mahsulotlar, materiallar, yoqilg'i, resurslar, butlovchi qismlar qiymati;

– ekspluatatsiya xarajatlari qiymati (amortizatsiya ajratmalari, joriy ta'mirlash, transport, binolarni ijaraga olish xarajatlari);

Ikkinchi turga quyidagi xarajatlar kiradi:

– banklarning kreditlaridan foydalanish uchun xarajatlar;

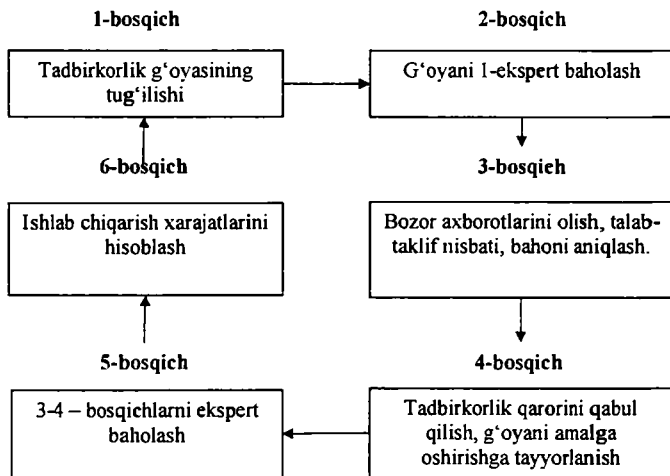
– qo'shilgan qiymat solig'i;

– bojxona boji, davlat boji, litsenziya yig'implari, transport sotib olganlik uchun beriladigan soliqlar;

– davlat ijtimoiy va nobudjet jamg'armalariga ajratmalar.

Biroq ta'kidlash joizki, yuqoridagi foyda va xarajatlarni hisoblash tartiblari «Mikroiqtisod» va «Tadbirkorlik asoslari» fani nuqtayi nazaridan keltirilgan. Real xo'jalik amaliyotida yoki buxgalteriya hisobi nuqtayi nazaridan ularning hisoblanish tartibi biroz boshqacha ko'rinishga ega bo'lishi mumkin. Bu O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 5-fevralda tasdiqlangan 54-sonli qaroriga ko'ra «Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risida»gi Nizomda o'z aksini topgan (2-ilovaga qarang).

Umumlashtirib aytadigan bo'lsak, tadbirkorlik xatti-harakatlarining umumiy ketma-ketligi quyidagicha bo'ladi (1.2.2-chizmaga qarang).



1.2.2-chizma. Tadbirkor xatti-harakatlari ketma-ketligi.

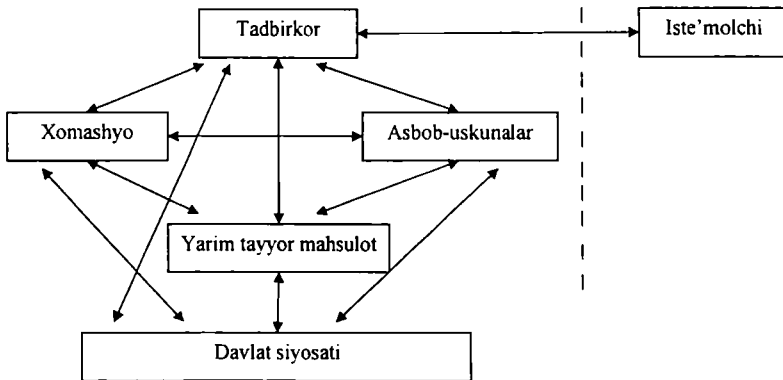
1.3. Tadbirkorlik faoliyatining mohiyati va mazmuni

Har bir tadbirkor o'z faoliyatini boshlashdan oldin, g'oya bo'yicha qaror qabul qilishida taxminan quyidagicha masalalarni ko'rib chiqadi:

– talab qilinuvchi xomashyoni olish, topish mumkinmi va qaysi sharoitlarda olish mumkin; agar zarur bahoda ololmasa, u holda g'oya amalga oshirilmaydi;

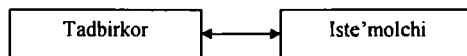
- talab qilinuvchi yarim tayyor mahsulotlarni, butlovchilarni sotib olish imkoniyati bormi va qanday bahoda;
- zarur texnika, texnologiya va asbob-uskunalami bozordan olish imkoniyati bormi;
- tadbirkor xatti-harakatlariga davlatning me'yoriy-huquqiy hujjatlar orqali ta'sir etish usullari (soliqqa tortish, cheklash, moliyaviy va boshqa xil qo'llab-quvvatlashlar va h.k.).

Boshqacha so'z bilan aytganda, bozorning asosiy subyektlarining «tadbirkorlik qutbi»dagi munosabatlari quyidagicha bo'ladi:



1.3.1-chizma. «Tadbirkorlik qutbi»dagi munosabatlar tizimi.

Bundan tashqari, tadbirkor o'z fikridan tashqari, iste'molchi fe'l-atvorini, daromad darajasi va shaklini, iste'molchi iqtisodiy qiziqishlari tizimini, tovarlarning xarid qila olishini, davlatning iqtisodiy va ijtimoiy-iqtisodiy siyosatini hisobga olishi lozim. «Iste'molchi qutbi»da munosabatlar tizimi quyidagicha bo'ladi:

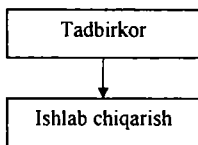


1.3.2-chizma. Iste'molchi qutbidagi munosabatlar.

Shuni aytish kerakki, tadbirkor zarur bo'lganda o'z kapitalarini boshqa sohaga «qo'yishi» mumkin, ya'ni ma'lum sohada tovarlari o'tmay qolsa, yangi bir sohaga yo'naltiradi.

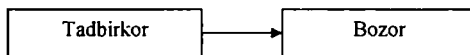
Tadbirkor odatda o'z faoliyatini 3 ta yo'nalishda olib boradi. **Birinchi yo'nalish** – ishlab chiqarishni boshqarish (ishlab chiqarish

jarayoni, mehnat jamoasi, tadbirkorlik tuzilmasi). Tadbirkorlik faoliyatining bu yo‘nalishi mustaqil rivojlangan bo‘lib, menejment tamoyili sifatida fanda mavjud. Demak, tadbirkor menejment asosiy tamoyillarini egallashi lozim va menejer bo‘lishi kerak, ya’ni



1.3.3-chizma. Ishlab chiqaruvchi qutbidagi munosabatlar.

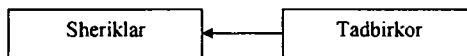
Bundan tashqari, ishlab chiqarishni boshqarish boshqa yo‘nalishlardan alohida holda rivojlana olmaydi: tadbirkor ishlab chiqarishni ishlab chiqarish uchun emas, balki iste‘molchi uchun tashkil etadi. Shuning uchun, uning faoliyatining **ikkinchi yo‘nalishi** – bozorni o‘rganish hisoblanadi. Bozorda bo‘ladigan jarayonlarni tahlil qilmasdan, tadbirkorlik faoliyati samarali bo‘lmaydi, ya’ni quyidagicha bo‘ladi:



1.3.4-chizma. Bozor tizimidagi munosabatlar.

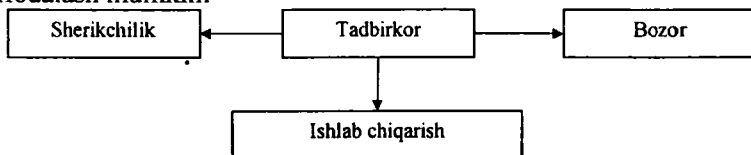
Boshqacha so‘z bilan aytganda, tadbirkor marketing bo‘yicha ham mutaxassis bo‘lishi kerak.

Tadbirkor yana o‘z e‘tiborini sherikchilik aloqalariga qaratishi lozim va bu tadbirkorlik faoliyatining **uchinchi yo‘nalishi** hisoblanadi.



1.3.5-chizma. Sherikchilik qutbidagi munosabatlar.

Demak, tadbirkor faoliyati yo‘nalishini quyidagi chizmada ifodalash mumkin:



1.3.6-chizma. Tadbirkorlik faoliyati.

Shunday qilib, **tadbirkorlik** – mavjud iqtisodiy aloqalar tizimiga innovatsion yondashish va tavakkalchilikka asoslangan ishbilarmonlik faolligining o‘ziga xos shakli bo‘lib, ushbu faoliyat ishlab chiqarish va bozorga tovarlar yetkazib berish, tadbirkorlik daromadini olishga yo‘naltirilgan. Ana shu tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, maksimal iqtisodiy samara olish uchun faqat zarur resurslarga ega bo‘lish yoki ularni ma‘lum bir ketma-ketlikda uyg‘unlashtirish yetarli emas. Ishlab chiqarish xarajatlaridan tashqari ishlab chiqaruvchi qiladigan shunday xarajatlar borki, ularni qat‘iy hisob-kitob qilish, qiymatini aniqlash ancha mushkul. Bularga **transaksion xarajatlar** deyiladi va bunga ishlab chiqaruvchining quyidagilarga qiladigan sarflari kiradi:

- bozor baholar haqida axborot yig‘ish xarajatlari;
- iste‘molchilar xohishlari to‘g‘risida ma‘lumotlar olish xarajatlari;
- raqiblar haqida axborot to‘plash va tahlil qilish xarajatlari;
- shartnomalar va ularni uyushtirish uchun qilingan xarajatlar;
- bitimlar, shartnomaviy hujjatlarni rasmiylashtirish xarajatlari;
- olingan barcha axborotlarni qayta ishlash uchun ketgan xarajatlar.

Bundan tashqari, tadbirkorlikni amalga oshirishda barcha omillar (tashqi, ichki, ekologik, demografik, siyosiy, ijtimoiy-madaniy, ruhiy va h.k.) e‘tiborga olinishi lozim. Tadbirkorlik faoliyatining tashqi va o‘rab turgan muhit bilan bo‘ladigan munosabatlarini, ya‘ni tadbirkorlikni tevarak-atrofga ta‘sirini, undan keladigan ijtimoiy, iqtisodiy samara yoki yo‘qotishlarni iqtisodiy adabiyotlarda **tashqi samaralar (eksternaliya)** deyiladi. Bunday tashqi samaralarga misol sifatida, foydali qazilmalarni haddan tashqari ko‘p qazib olish, o‘rmonlarni kesish (jamiyat nuqtayi nazaridan tadbirkorlikning salbiy samarasi) yoki iste‘molchilarning har xil tovarlar assortimentini ishlab chiqarish natijasida turmush darajasini oshirish, yengillashtrish (iste‘molchilar nuqtayi nazaridan ijobiy samara)ni aytish mumkin.

Davlat mana shu tashqi salbiy samaralarni davlatga, jamiyatga, tabiatga ta‘sirini kamaytirish maosadida zarur qonunlar bilan tadbirkorlikni cheklaydi yoki mos soliq siyosatini yuritadi.

Mavzuga oid tayanch iboralar

Tadbirkorlik, «ko‘cha tadbirkorligi», tadbirkorlik muhiti, tadbirkorlik daromadi, taqchil iqtisodiyot, tadbirkorlik g‘oyasi, g‘oyalar banki, tadbirkorlik qarorini qabul qilish, tadbirkorlik tavakkalchiligi,

tadbirkorlik faoliyati omillari, ishlab chiqarish xarajatlari, tovar bahosi, amortizatsiya, jadal amortizatsiya, innovatsiya, kapital quyilishi, antreprenor, eksternaliya, transaksion xarajatlar, foyda, sof foyda, tadbirkorlik foydasi, moliyaviy natijalar, yalpi foyda, asosiy faoliyatdan olingan foyda, umumxo'jalik faoliyatidan olingan foyda, soliq va nosoliq to'lovlari, davr xarajatlari, moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar va xarajatlar, asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar, asosiy faoliyatdan ko'rilgan boshqa zararlari, favqulodda vaziyatlardan olingan foyda, favqulodda vaziyatlardan ko'rilgan zarar.

Mavzuni o'rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish bosqichlari haqida so'zlab bering.

2. Tadbirkorlik muhiti deganda nimani tushunasiz?

3. Tadbirkorlik asoslari fanining predmeti va vazifalari nimalardan iborat?

4. «Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik» fani qaysi me'yoriy hujjat asosida qachondan beri oliy ta'lim tizimidagi barcha ta'lim yo'nalishlarida o'qitilib kelinmoqda?

5. Tadbirkorlik va tadbirkor tushunchalarining mohiyati nimalardan iborat?

6. Tadbirkorlik faoliyati nazariyasi rivojlanishidagi «uch to'lqin»ning mohiyati, asoschilari va asosiy g'oyalari nimalardan iborat?

7. «Tadbirkorlik» va «Biznes» tushunchalarining farqli va o'xshash tomonlari qanday?

8. Tadbirkorlik faoliyatining subyektlari va obyektini deganda nimani tushunasiz?

9. Tadbirkorlik faoliyatida subyektlarning hajmini tasniflashda qo'llaniladigan asosiy mezonlar nimalardan iborat?

10. G'oyalar banki va tadbirkorlik g'oyasini ekspert baholash bosqichlarini tushuntirib bering.

11. Ishlab chiqarish xarajatlari va uning tarkibi nimalardan tashkil topadi?

12. Tadbirkorlik faoliyatida asosiy moliyaviy natijalar va ularni shakllantirish tartibi qanday hamda u qaysi me'yoriy hujjatda o'z aksini topadi?

13. Transaksion xarajatlar va ularning tarkibi qanday?

14. Tashqi samaralar va uning turlarini tushuntirib bering.

15. O'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish, tartibga solish, qo'llab quvvatlash borasida davlat tomonidan amalga oshirilayotgan chora - tadbirlar va islohotlarning ustuvor yo'nalishlari nimalardan iborat?

II bob. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING ASOSIY SHAKLLARI VA TASNIFI

2.1. Tadbirkorlik faoliyatining ikki asosiy shakli

Bizga ma'lumki, tadbirkorlik qaysi sektorda amalga oshirishilishiga qarab 2 turga ajraladi:

a) davlat tadbirkorligi;

b) xususiy tadbirkorlik.

Davlat tadbirkorligi amaldagi qonunlarga mos ravishda davlat mulkini boshqarish vakolatiga ega bo'lgan davlat boshqaruv organlari, mahalliy o'z-o'zini boshqarish organlari tomonidan ta'ris etilgan korxonalar nomidan iqtisodiy faollikni amalga oshirish shaklidir.

Xususiy tadbirkorlik biror xususiy korxonaga (agar u shunday shaklda ro'yxatga olingan bo'lsa) yoki tadbirkor (ishchi kuchini yollamasdan, yakka tadbirkor, mikrofirma) nomidan iqtisodiy faollikni amalga oshirishdir. Bu ikki tadbirkorlik turi o'zining farqli xususiyatlariga ega bo'lsa-da, o'z navbatida amalga oshirilish tamoyillari asosan bir-biri bilan mos tushadi.

Tadbirkorlik tashabbuskorlik faoliyatining shakli sifatida asosan tadbirkorlik daromadini olishga yo'naltirilgan bo'lib, u quyidagini nazarda tutadi:

1) bevosita ishlab chiqarish vazifalarini amalga oshirish, ya'ni tovar ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko'rsatish; (masalan, mashinasozlik firmasi, tikuvchilik korxonasi, turistik kompaniya).

2) vositachilik vazifalarini amalga oshirish, ya'ni tovarni bozorga tomon harakatlantirish bilan bog'liq, ishlab chiqaruvchi va iste'molchini bog'lash bilan bog'liq xizmatlarni ko'rsatish. Bu ikki tadbirkorlik faoliyati turi o'rtasida qandaydir farq bormi, agar bo'lsa u nimalardan iborat? degan tabiiy savol tug'iladi. Bu savolga javob ham ikki tomonlama bo'ladi? Jamiyat nuqtayi nazaridan va tadbirkor nuqtayi nazaridan. Jamiyat nuqtayi nazaridan qaraganda, albatta, birinchi turni rivojlantirish ustuvor hisoblanadi. Chunki, aynan ishlab chiqaruvchi tadbirkorlarga jamiyat kelajagini belgilab beradi. Boshqa tomondan qaraganda amaliyotda, jamiyat birinchi turni emas, balki ikkinchi tur,

ya'ni vositachilikni rivojlantirish uchun qulay sharoit yaratadi. Nima uchun?

Shuni aytish kerakki, jamiyat har bir a'zosini turmush darajasi, qulayligi va yashash tarzi ma'lum ma'noda jamiyatdagi vositachilik sohasining rivojlanishi bilan bog'liq (iste'molchi uchun qulay bo'lgan savdoni, reklamani tashkil etish, tovarlarni uyga eltib berish, tovarni pochta, telefon orqali buyurtma qilish va h.k).

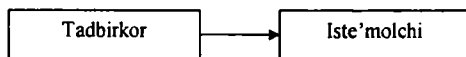
Bundan tashqari, vositachilik faoliyatining mavjudligi quyidagilarga imkon beradi:

- 1) chuqur ixtisoslashtirish asosida tovar ishlab chiqaruvchilarning bevosita mehnat unumdorligini oshirishga;
- 2) kapitalarning aylanish sur'atlarini jadallashtirishga;
- 3) tovar va xizmatlar bozorlarini obyektiv talab qilinuvchi hajmigacha to'yinishiga.

Tadbirkor nuqtayi nazaridan tahlil qilsak, tadbirkor 'bozorni holatini o'rganish, tahlil qilish o'rniga, u vositachiga murojaat qilib o'z tadbirkorlik g'oyasining ekspert bahosini oladi. Shu sababli, bu ikki subyektlar o'rtasida o'zaro ishonchli sherikchilik munosabatlari o'rnatiladi va ular bir-biriga zarur axborotlarni berib turishadi. Bu esa sivilizatsiyalashgan iqtisodiyotga xos bo'lgan jarayondir. Chunki, o'zaro 'ovlamachilik, aldashlar «yovvoyi tadbirkorlik»ga xosdir.

2.2. Ishlab chiqarish tadbirkorlik faoliyatining shakllari

Tadbirkorlik faoliyati har bir shaklining ichida tadbirkorni muayyan bir sohaga ixtisoslashtirish imkoniyati mavjud. Tadbirkorlik faoliyati asosan ikkita iqtisodiy subyektlarning munosabatlarini ifoda etadi, ya'ni quyidagicha bo'ladi.



2.2.1-chizma. Bozor munosabatlarining asosiy subyektlari.

Tadbirkor harakatlarining iste'molchiga munosabati ikkita variantda amalga oshiriladi:

1. Iste'molchining qondirilmagan talablarini, ya'ni tovar taqchilligini bilgan holda ishlab chiqarishni amalga oshirib iste'molchi qiziqishlarini ro'yobga chiqarish; (masalan, konfet kam ishlab chiqarilmoqda yoki arzon konfetlar ishlab chiqarilmaydi).

2. Iste'mol bozorlari uchun noan'anaviy bo'lgan tovar ishlab chiqarish, ya'ni bu iste'molchining qiziqishlariga bog'liq bo'lmaydi.

Bevosita tovar ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan tadbirkorlik faoliyati quyidagicha ikki turga ajraladi:

1. **An'anaviy tadbirkorlik**, ya'ni oldindan bozorda mavjud tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish.

2. **Innovatsion tadbirkorlik** yangi fan-texnika, texnologiya yutuqlarini joriy etish, ishlab chiqarishni modernizatsiyalash asosida mahsulot turini, o'rni yoki sinflarini o'zgartirish, diversifikatsiya qilishdir.

Ishlab chiqarish bilan bog'liq tadbirkorlik faoliyati *asosiy* va *yordamchi* turlarga bo'linadi.

Asosiy ishlab chiqarish tadbirkorlik faoliyatida iste'molga tayyor bo'lgan tovar va xizmatlar ishlab chiqarish tushuniladi.

Yordamchi ishlab chiqarish tadbirkorlik faoliyatida bevosita tovar ishlab chiqaruvchilarga innovatsiyalarni tayyorlab berish va ularni ishlab chiqarish jarayonida qo'llash usullarini, ularni takomillashtirish yo'nalishlarini ko'rsatish amalga oshiriladi. Yordamchi ishlab chiqarish tadbirkorlik faoliyatiga konstruktorlik, maslahat, marketing, lizing va boshqa xizmatlar kiradi.

2.3. Vositachilik tadbirkorlik faoliyati va uning o'ziga xos xususiyatlari

Bizga ma'lumki, bozor ikkita asosiy iqtisodiy munosabatlar subyektining uchrashadigan joyini ifodalaydi. Demak, shunday ekan, u holda bozorda ishlab chiqaruvchi va iste'molchi yoki ularning vakillari ishtirok etishi lozim.

Ishlab chiqaruvchi yoki iste'molchining manfaatlarini namoyon etuvchi va ko'pincha ularning nomidan ish ko'ruvchi, lekin o'zlari ishlab chiqaruvchi yoki iste'molchi bo'lmagan shaxslar *vositachilar* deb ataladi.

Vositachilar kapitallarni aylanish davrini qisqartiradi, ishlab chiqarish foydaliligini oshiradi.

Tovarning ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga tomon harakatlanishida quyidagi baholar farqlanadi:

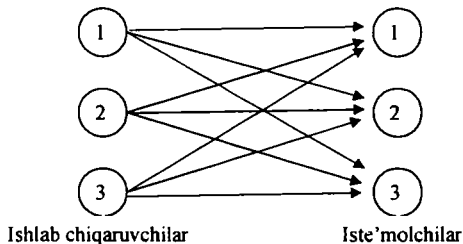
1. Ishlab chiqaruvchilarning ulgurji bahosi.
2. Vositachilarning ulgurji bahosi.
3. Chakana baholar.

Vositachining ishlab chiqaruvchi – iste'molchi o'zaro munosabatlariga aralashuvi barcha iste'molchilar uchun tovarlarni qulay sharoitlarda olishiga imkon beradi. Ishlab chiqaruvchi tovarni iste'molchiga taqsimlash kanallari orqali yetkazib beradi.

Taqsimlash kanallari vositachining ishtirokida yo'lga qo'yilsa, to'g'ri aloqalarga nisbatan samaraliroq bo'ladi.

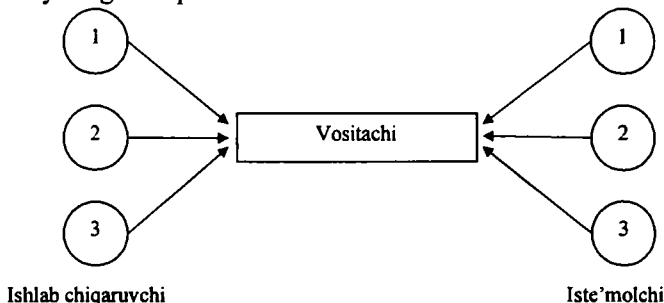
To'g'ri aloqalar bu bevosita tovar (xizmat) ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasida o'rnatiladigan shartnomaviy munosabatlardir.

Faraz qiling, 3 ta har xil tovar ishlab chiqaruvchisi va bu tovarlarning har birini iste'mol qiluvchi 3 ta iste'molchi bor. U holda to'g'ri aloqalarga asoslanuvchi taqsimlash kanali 9 ta aloqa chizig'iga ega bo'ladi.



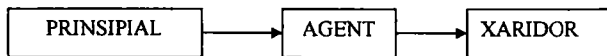
2.3.1- chizma. Ishlab chiqaruvchi va iste'molchilarning vositachisiz o'zaro aloqalari.

Tadbirkorlik vositachilik sohasida qandaydir bir aniq shaklda amalga oshiriladi. Vositachilikning eng keng tarqalgan shakli agentlash bo'lib, bunda agent ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasida vositachi sifatida maydonga chiqadi.



2.3.2- chizma. Ishlab chiqaruvchi va iste'molchilarning vositachi ishtirokidagi o'zaro aloqalari.

Agent ishlab chiqaruvchi yoki iste'molchi nomidan va ularning manfaatlari doirasida harakat qiluvchi shaxsdir. Agent kimning nomidan ish ko'rayotgan bo'lsa, o'sha tomon **prinsipial** deb ataladi. **Prinsipial** tovar egasi bo'lib, u agentga tovarni sotish yoki xarid qilish haqida topshiriq beradi. Shunday qilib, agent ishtirokidagi vositachilik 2 ta emas, balki 3 ta subyektlarning o'zaro munosabatlarini o'z ichiga oladi.



2.3.3-chizma. Agent ishtirokidagi o'zaro munosabatlar.

Agentlarning bir necha turi farqlanadi:

1) **Ishlab chiqaruvchilar agenti** bir-birini to'ldiruvchi ikki yoki undan ortiq tovar ishlab chiqaruvchilar manfaatlarini ifoda qiluvchi agentlardir.

2) **Sotish bo'yicha mas'ul agentlar** ishlab chiqaruvchi firma tarkibiga kirmaydi, u bilan shartnoma asosida ishlaydi va barcha mahsulotni sotish bo'yicha huquqni o'z qo'liga oladi.

3) **Oldindan katta miqdorda tovarlar xarid qilish bo'yicha agentlar** zarur tovar va xizmatlar assortimentini tanlash bilan shug'ullanadilar, masalan, mayda chakana savdogarlar uchun tovarlar assortimentini tanlash, marketing qilish va h.k.

Agentlar munosabatlarining huquqiy asosi bo'lib, agentlik kelishuvi xizmat qiladi. Agentlikning quyidagi shakllari mavjud: broker, komissioner, delkreder, indent, konsignatsiya, ulgurji savdogar, distribyuter, diler, savdo makleri, jobber, jo'natma savdogarlik, savdo vakolatxonasi, kommivoyajer, auksioner, birja tadbirkori, rieltor va h.k.

Broker barcha operatsiyalarni o'z mijozlari mablag'lari hisobiga amalga oshiruvchi vositachi hisoblanadi. Ba'zi paytda agent ulgurji komissioner sifatida maydonga chiqadi.

Komissioner komissiya shartnomasi asosida faoliyat ko'rsatadi va tovarni mustaqil tasarruf qiladi. Komissionerga topshiriq beruvchi tomon **komitent** deb ataladi.

Komission operatsiyalar bu savdo-vositachilik operatsiyalarining bir ko'rinishi bo'lib, komitent hisobiga va uning topshirig'i bo'yicha bir tomonlama amalga oshiriladi.

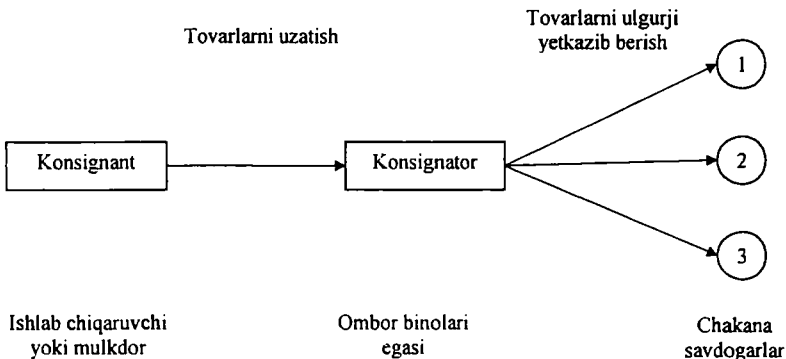
Komissioner muayyan komission mukofot evaziga komitent foydasiga va uning hisobiga o'z nomidan oldi-sotdilarni amalga oshiruvchi jismoniy yoki huquqiy shaxsdir.

Delkreder komissionerning komitent oldida uchinchi bir tomon bilan tuzilgan shartnomani bajarilishiga ishontirish, ya'ni shartnoma bajarilishini o'z zimmasiga olishdir.

Indent bir davlatning importyori ikkinchi bir davlatning komissioneriga qandaydir muayyan bir tovar partiyasini sotib olish uchun topshiriq berishidir.

Konsignatsiya komission operatsiyalarga konsignatsiya operatsiyalari ham kiradi. Bu savdo-vositachilik operatsiyalarining bir turi bo'lib, unda vositachi - konsignator o'z omboridan konsignatsiya kelishuvi asosida tovarlarni sotadi (2.3.4- chizma).

Konsignator yordamchi ishlab chiqaruvchi va iste'molchi munosabatlari quyidagicha bo'ladi:



2.3.4- chizma. Konsignatsiya operatsiyalari tartibi.

Ba'zan vositachilar ulgurji savdogarlar shaklida maydonga chiqadilar (masalan, bunda umumiy ulgurji tovar aylanishining 50 foizdan ortig'i ularning ulushiga to'g'ri keladi).

Ulgurji savdogarlar mustaqil tijorat korxonasi bo'lib, ular o'zlarini qiziqtirgan barcha tovarlarga bo'lgan mulkchilik huquqini sotib oladilar. Ular har xil shakllarda faoliyat ko'rsatadilar:

- ulgurji firma;**
- ulgurji distribyuter;**
- savdo uyi.**

Distribyuter – ishlab chiqaruvchidan tovarlarni xarid qilib, ularni o'zining doimiy mijozlariga sotishga ixtisoslashgan vositachidir. Distribyuterlarning **sanoat mollarini sotib bilan shug'ullanuvchi** va **chakana savdogarlarga mol yetkazib beruvchi** turlari farqlanadi.

* **Auksionator** – kim oshdi savdosini o‘tkazuvchi shaxs.

* **Auksionerlar** – kim oshdi savdosida qatnashayotgan jismoniy va huquqiy shaxslar.

* **Boshlang‘ich baho** – tovar oldi-sotdisi boshlanadigan dastlabki taklif qilinuvchi baho.

* **LOT** – sotuvga qo‘yilgan tovarlarining bo‘linmas to‘plami, partiyasi.

* **Diler** – birjada barcha operatsiyalarni faqat o‘z mablag‘lari hisobiga amalga oshiradigan vositachi.

* **Makler** – vositachilarning vositachisi, ya‘ni birjada ishtirok etayotgan voitachilarni bir-biri bilan uchrashtirib, bitim tuzishiga yordamlashib, ulardan foiz oladigan vositachi. Birjada maklerlar bir qancha bo‘ladi. Lekin eng asosiy makler **gof-makler**, ya‘ni **katta makler** deb aytiladi. U barcha maklerlar ustidan nazorat qiladi.

* **Jobber** – o‘zida doimo tayyor mahsulot zaxiralari ega bo‘lgan vositachi, ya‘ni yilning istalgan paytida jobberda fasl yoki boshqa sharoitlardan qat‘i nazar tovar mavjud bo‘ladi.

* **Jo‘natma savdogar** – tovarlarni salohiyatli xaridorlarga kataloglar yuborish orqali sotuvchi vositachi hisoblanadi.

* **Kommivoyajer** – tovarlarni nafaqat sotuvchi, balki uyga ham eltib beruvchi vositachidir.

Tovar birjalaridagi amalga oshiriladigan oldi-sotdilarning bir qancha turlari farqlanadi:

Birinchidan, tovarni darhol berishni nazarda tutuvchi oldi-sotdi bitimlari, ya‘ni **naqd tovarli bitimlar**.

Ikkinchidan, **forvard bitimlari**, ya‘ni tovarni kelajakda yetkazib berish bilan bog‘liq bitimlar.

Uchinchidan, **muddatli bitimlar**, tovarlarni ma‘lum muddatda ko‘pincha 6 -14 oydan keyin yetkazib berish.

To‘rtinchidan, **onkol bitimlar**, bu shunday operatsiyalar turiki, bunda real tovarni sotib olish bahoni belgilamasdan xaridor talab qilguniga qadar davom etadi. Bunda sotuvchi sotuvni **xejirlash** bilan o‘zini tavakkalchilikdan sug‘urtalaydi, ya‘ni sotuvchi xejni yopadigan baho real tovarni **xarid qilish bahosi** bo‘ladi.

Masalan, faraz qilaylik, qandning bugungi bahosi 1 kg = 4000 so‘m, kelasi yil sentabrda yetkazib berish sharti bilan qandning bahosi 1 kg = 3500 so‘m. Men qandni sentabrda sotishni ko‘zlayapman, lekin qandning real bahosi sentabrda 1 kg = 3300 so‘mga tushishi mumkinligini o‘ylayapman. Unday holda, men xejirlashni amalga

oshiraman, ya'ni bugun fyuchers bozorida 1000 kg qandni sentabrda 1 kg = 3500 so'mdan yetkazib berish shartnomasini sotaman.

Shartnomadan keladigan tushum 3,5 mln. so'mni tashkil etadi. Kelgusi yil sentabrda qandning bahosi 1 kg = 3300 so'm ga tushadi. Men 1000 kg qandni sotib 3,3 mln. so'm olishim kerak edi. Agar men sentabrda o'zim sotgan fyuchers shartnomasini qayta sotib olsam, 3,3 mln. so'm to'layman va mening foydam 200 ming so'mga teng bo'ladi, chunki sentabrdagi real baho 1 kg qand = 3300 so'mga teng.

Bunda real tovar bozorda sotib olinadi yoki zaxirada saqlanadi va fyuchers birjasida shartnoma sotiladi.

Xaridni xejirlashda esa, real tovar bozorda sotiladi va fyuchers birjasida esa shartnoma sotiladi.

Birja bitimlarining o'ziga xos turi - **opsionlardir**.

Opsion bu oddiy fyuchers operatsiyalariga qaraganda tavakkalchiligi chegaralangan bitimdir. Uning mohiyati shundaki, oldindan shartnoma tuzilgan vaqtdagi belgilangan baho bo'yicha tovarni yoki moliyaviy huquqni sotib olish (sotish) majburiyatidir. Bunday baho bazis baho, opsionni yoki bitimni amalga oshirish **bahosi** deyiladi. Bunday huquqni olish evaziga opsion xaridori sotuvchiga **mukofot** deb ataluvchi muayyan miqdorni to'laydi. Xaridor tavakkalchiligi aynan shu mukofot hajmi bilan chegaralanadi, sotuvchi tavakkalchiligi esa mukofot hajmiga kamayadi. Bitimni amalga oshirishda opsion sotuvchisi va opsion xaridori qatnashadi. Opsionlar tovarlar, qimmatli qog'ozlar, fyuchers shartnomalari bilan amalga oshiriladi.

Opsion deganda birja bitimlari qatoriga kiritiluvchi muddatli bitim bo'lib, unda tomonlardan biriga bitimning alohida bir-biri bilan bog'liq shartlarini yoki boshlang'ich shartlarini o'rnatishni tanlash huquqi beriladi. Shunday qilib, opsion deganda, tanlash imkoniyati tushuniladi. Misol uchun, agar opsion charterda qo'yilsa, u holda kema yollovchisi, ijarachisiga yuklash (tushirish) bandargohini yoki tashish yukini hamda shartnomada kelishilgan yukni boshqa yukka almashtirish huquqini tanlash imkoni beriladi.

Ishbilarmonlik munosabatlarida opsion ko'pincha turli xil ko'rinishlarda qo'llaniladi. Masalan, **Opsion dividend** – hissadorga daromad shaklini tanlash huquqini bildiradi, ya'ni u dividendni pul ko'rinishida yoki dividend miqdoriga teng bo'lgan yangi aksiyalar ko'rinishida olishi mumkin. Bundan tashqari, **opsion «qarz»** tushunchasi ham ishlatiladi. Bunda kreditor (qarz oluvchidan qarzni qoplashda kreditor bir qismini so'mda emas, balki dollarda to'lashni

talab qilishi mumkin, agar u soʻmda kredit bergan boʻlsa) qarzni qoplashning shartlarini tanlash huquqiga ega boʻladi.

Shartnomaviy munosabatlarda opsiyon deganda majburiyatlarni bajarish usuli, shakli, hajmi, bajarish usullari tushuniladi. Bunday huquq shartnomaga koʻra tomonlardan biriga beriladi. Birjada opsiyon birja bitimlarining alohida turi sifatida farqlanadi. Birjada opsiyon oddiy muddatli bitimlarga qaraganda tavakkalni kamaytiradi. U muayyan tovar yoki moliyaviy huquqni shartnoma tuzilgan vaqtdagi bahoda kelishilgan davrda sotib olish boʻyicha shartnomaviy majburiyat sifatida maydonga chiqadi. Bunda opsiyon xaridori sotuvchiga **opsion mukofoti** deb ataluvchi kelishilgan mablagʻni toʻlaydi. Bu esa ikki tomon uchun ham tavakkalni kelishilgan mablagʻ doirasida qisqartirishni bildiradi va opsiyon shartnoma koʻrsatilgan muddatida bajarilmaganda, sotuvchiga xaridor toʻlagan opsiyon mukofoti qaytarilmaydi.

Sotib olishga opsiyon kelishilgan baho boʻyicha tovar yoki boshqa xizmatlarni, fyuchers shartnomasini sotib olish huquqini beradi. Bunday opsiyon baho oshishiga umid qilayotganlar tomonidan keng qoʻllaniladi.

Sotishga opsiyon kelishilgan baho boʻyicha fyuchers shartnomasini yoki boshqa xizmatlarni sotish huquqini beradi. Bunday operatsiyalar baho pasayishiga umid qilayotganlar tomonidan qoʻllab-quvvatlanadi.

Opsion shartnomasi fond birjasida oʻz xaridoriga muayyan muddatda qandaydir kompaniyaning 100 ta oddiy aksiyasini oʻzgarmas baho boʻyicha sotish yoki sotib olish huquqini beradi.

Opsionni xarid qilish aksiyalarga egalik qilish huquqini bermaydi, balki xaridorga shartnomaga amal qilish davrida aksiyalarning maʼlum miqdorini sotish imkonini beradi xolos.

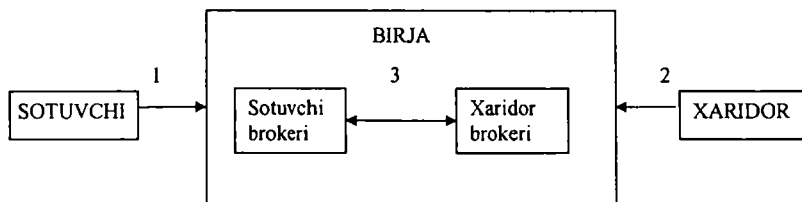
Opsion shartnomalarining 2 ta turi farqlanadi: **opsion «koll»** va **opsion «put»**. Opsion «koll»ni xaridori maʼlum davr mobaynida qandaydir firmaning 100 ta oddiy aksiyasini aniq bir baho boʻyicha sotib olish huquqiga ega boʻladi. Opsion «put» ni xaridori esa xuddi shu tarzda sotish huquqiga ega boʻladi. Bu 2 ta opsiyon bitimi turlari baho oshishiga va kamayishiga umid qiluvchi chayqovchilar («buqa»lar va «ayiq»lar) tomonidan qoʻllaniladi. Birja faoliyatida tadbirkorlik 2 ta usulda amalga oshirilishi mumkin:

1. Birja faoliyatini tijorat tuzilmasi kabi tashkil etish.
2. Brokerlik idorasi yoki firmasi kabi tashkil etish.

Barcha operatsiyalar birjada brokerlar tomonidan amalga oshiriladi. Barcha bitimlarda brokerlar oʻz mijozlari nomidan ish koʻradi. Buning uchun u brokerlik mukofotini oladi.

Birjada brokerlik o'rinlari birja qo'mitasi tomonidan sotiladi. Professional brokerlar birja zalida ishlaydilar va mijozlari bilan telefon orqali bog'lanib turadilar.

Birjada operatsiyalarni amalga oshirish quyidagicha tartibda bo'ladi (2.3.5- chizma).



2.3.5-*chizma. Birja bitimlari bo'yicha munosabatlar.*

bu yerda: 1- sotuvchining brokeriga topshiriq berishi; 2- xaridorning brokeriga topshiriq berishi; 3- sotuvchi va xaridor topshiriqlariga binoan brokerlar tomonidan bitimning amalga oshirilishi.

Fond birjalari faoliyati samarali bo'lishi uchun **listing** alohida ahamiyat kasb etadi. **Listing** – (aksiya chiqaruvchilar tomonidan o'z aksiyalarini fond birjasida obro'li aksiyalar ro'yxatiga qo'yish) birja ro'yxatiga bir qancha elementlarni kiritish. Ammo, bu oddiy ro'yxatga kiritish emas, balki birjaning obro'-e'tiborini ko'rsatuvchi «tashrif qog'ozi» bo'lib, unga faqat obro'li firmalar tomonidan chiqariladigan qimmatli qog'ozlar kiritilishi lozim. Aks holda, fond birjasi ishiga putur etadi va unga mijozlarning ishonchi yo'qoladi.

Listing faqat aksiyalari birjada sotiluvchi kompaniyalar ro'yxatini tuzish emas, balki aksiyalarni kotirovka qilish, ya'ni qimmatli qog'ozlarning bozor kursini aniqlash hamda birja ro'yxatidagi kompaniyalarning reytingini aniqlash kabi unsurlarni ham o'z ichiga oladi.

Rasmiy birja kotirovkasiga qo'yilmagan va birja ro'yxatiga kiritilmagan qimmatli qog'ozlar bilan bo'ladigan operatsiyalar **nobirjaviy, birjadan tashqari muomalaga** tegishli bo'ladi.

U yoki bu kompaniyani birja ro'yxatiga kiritish avvalambor salohiyatli sarmoyadorlar manfaatlarini himoya qilish bilan bog'liq, ya'ni birjadagi qimmatbaho qog'ozlarni sotib oluvchi sarmoyadorlarni «tasodifiy» kompaniyalar, firmalar qimmatli qog'ozlarini sotib olishdan himoyalash lozim. Fond birjasi ro'yxatiga kirish huquqiga ega bo'lgan

kompaniya yoki firma o'z aktivlari, foydasi va qimmatli qog'ozlar bo'yicha o'rnatilgan zarur talablarga javob berishi kerak.

Qimmatli qog'ozlar bilan bo'ladigan operatsiyalarda odatda **nominal baho** (taklif bahosi) va **oldi-sotdi bahosi** (xarid bahosi) farq qilinadi. Tahlilchi uchun quyidagilarni aniqlash zarur bo'ladi:

1. Xarid bahosini taklif bahosiga nisbatining foizdagi ifodasi.
2. Xarid bahosini nominal bahosiga nisbatining foizdagi ifodasi

(2.3.1-jadval).

Birjada oldi-sotdilarni amalga oshirishda asosiy faol shaxs bu **maklerdir**. Makler barcha mijozlarning aksiyalar oldi-sotdisi haqidagi istaklarini qayd qiladi va qaysi baho kursida maksimal tovar aylanishini amalga oshirishni belgilaydi. Bu **yagona kurs** yoki **kassa bitimlari kursi** deyiladi.

Qimmatli qog'ozlar bilan bo'lgan birja operatsiyalari to'g'risida ayrim ma'lumotlar

2.3.1-jadval

EMITENT	nominal	taklif bahosi	Oldi-sotdi bahosi	3 2,%	3 1, %
	1	2	3	4	5
TIF MILLIY BANK	100000/1	25000	17000	6.8	170
«O'ZAVTOTEXSANOAT»	50000/50	100000	52500	52.5	105
«O'ZGO'SHTSUTSANOAT»	10000/1	1600	1000	62.5	100
RTXB «TOSHKENT»	50000/1	250000	90000	36	180
JAMI:	210000/53	376600	160500	42.6	144.6

Manba: ma'lumotlar shartli ravishda olingan.

Izoh: aksiyalarning nominal bahosi bo'yicha lot qiymati.

Qimmatli qog'ozlar sotuvida vositachi sifatida ishtirok etuvchi maklarga to'lanadigan pul **kurta**j deb ataladi. Faraz qilaylik, birja operatsiyasida 7 ta xaridor va 7 sotuvchi ishtirok etmoqda va ularni hammasini bir xil aksiyalar qiziqitirmoqda, ammo ular aksiyalar bahosi to'g'risida har xil fikrga egalar (quyidagi 2.3.2- jadvalga qarang).

Birjada qimmatli qog'ozlar yagona kursini shakllantirish tartibi

2.3.2- jadval

Xaridor	Aksiyalarni sotib olishga tayyor bo'lgan maksimal baho, so'mda	sotuvchi	Aksiyalarni sotishga tayyor bo'lgan minimal baho, so'mda
A	1200	Z	1260
B	1210	I	1250
V	1220	K	1240
G	1230	L	1230
D	1240	M	1220
E	1250	N	1210
J	1260	O	1200

Bunday holatda, 1230 so'mda yagona kurs shakllanadi. Bu kurs bahosi bo'yicha G, D, E, J xaridorlar va L, M, N, O sotuvchilar oldi-sotdi qilishlari mumkin. Qolgan xaridorlar va sotuvchilar birja operatsiyasidan chiqib ketishadi, chunki ular aksiyalarni sotib olishga 1230 so'm sarflay olishmaydi. Ular, ya'ni A, B, V xaridorlar mos ravishda 1200, 1210 va 1220 so'm sarflab aksiya olishlari mumkin yoki K, I, Z sotuvchilar aksiyalarni 1230 so'mdan ortiq bahoda sotishni istashadi.

Fyuchers bitimi – ma'lum muddatda amalga oshiriladigan bitim bo'lib, u tovarga bo'lgan mulkchilik huquqini emas, balki qandaydir bir tovarni oldi-sotdi huquqini bir tomondan ikkinchi bir tomonga o'tishini bildiradi. Boshqacha qilib aytganda, fyuchers bitimi shartnomada ko'rsatilgan tovarni yetkazib berish yoki qabul qilish majburiyatini ko'zda tutmaydi. Shu sababli, fyuchers shartnomasi ba'zan «qog'oz shartnomasi», fyuchers bitimi esa «qog'oz bitimi» deyiladi.

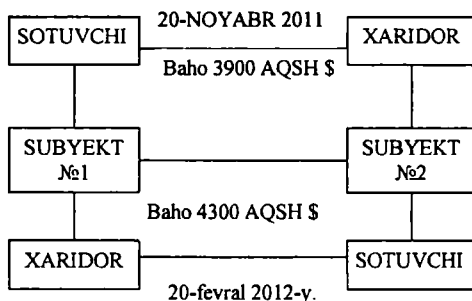
Fyuchers shartnomasi oddiygina tugatilmaydi yoki bekor qilinmaydi. Bunday shartnomani tugatish, shu shartnomada ko'rsatilgan tovar miqdoriga teng qarama-qarshi bitimni tuzish bilan yoki shartnomada ko'rsatilgan real tovarni yetkazib berish bilan amalga oshiriladi.

Ammo fyuchers shartnomalari real tovarni olishni kutish uchun emas, balki shartnomada ko'rsatilgan tovar bahosi farqini olish umidi bilan tuziladi, ya'ni shartnoma tuzilgan vaqt bilan uni amalga oshirish vaqti o'rtasida baho yo kamayishi, yo o'sishi evaziga paydo bo'ladigan

pul farqini olish umidida tuziladi. Fyuchers bitimini bekor qilish uchun yoki tovar yetkazib beriladi yoki farq to‘lanadi. Bu tugatish sharti sotib olish shartnomasida ham sotish shartnomasida ham bir xil bo‘ladi.

Masalan, 2011-yil 20-noyabrda sotuvchi birjada 100 tonna paxtani har tonnasini 3900 \$ dan 3 oydan keyin yetkazib berish sharti bilan sotdi. Ammo 2012-yil 20-fevralda paxtaning bahosi tonnasiga 4300 \$ gacha ko‘tarildi. Bu holatda sotuvchi yutqazgan tomon hisoblanadi va bu fyuchers shartnomasining tugatishda u xaridorga paxtaning har bir tonnasi uchun 400 \$ farqni to‘laydi. Xaridor bu holda yutgan tomon hisoblanadi. Chunki u endi paxtani arzon bahodan oladi yoki baho farqini oladi va endi ularning vazifalari qarama-qarshi tomonga o‘zgaradi:

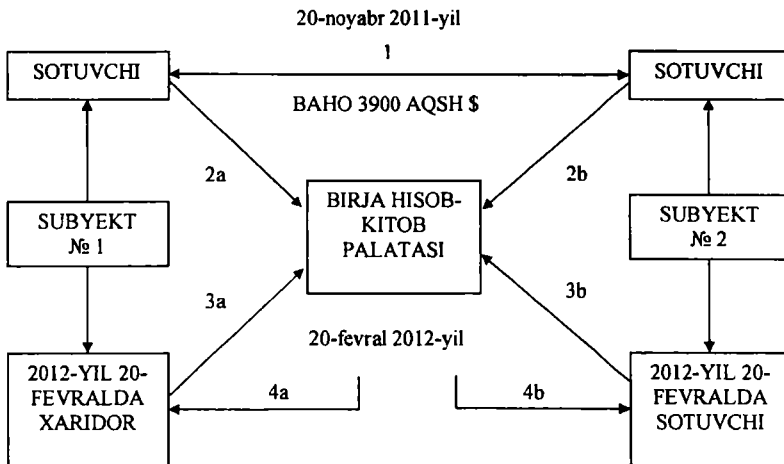
- 20-noyabr 2011-yildagi Fyuchers shartnomasini sotuvchisi 2012-yil 20-fevralda shartnomani xaridoriga aylanadi, lekin bu holda baho shartnomani tugatish vaqtidagidek bo‘ladi.
- fyuchers shartnomasini xaridori 2012-yil 20-fevralga kelib sotuvchiga aylanadi. Bu operatsiyalarning chizmasi quyidagi 2.3.6-chizmadagidek bo‘ladi.



2.3.6 - chizma. Fyuchers bitimlarini amalga oshirishning sodda tartibi.

Biroq haqiqatda fyuchers bitimi subyektlari shartnomani imzolagandan keyin bir - biri bilan ushbu bitim bo‘yicha munosabatda bo‘lishmaydi. Ular o‘zlari imzolagan fyuchers bitimini birja qoshidagi hisob-kitob palatasida ro‘yxatdan o‘tkazishadi.

Hisob-kitob palatasi orqali shartnomalar bo‘yicha to‘lovlar ham amalga oshiriladi. Bu holda sotuvchi va xaridorlarning o‘zaro munosabati quyidagi 2.3.7- chizmadagidek amalga oshiriladi.



2.3.7- chizma. Birjada fyuchers bitimini amalga oshirishning kengaytirilgan tartibi.

1 - shartnoma tuzish; 2a, 2b - shartnomani ro'yxatdan o'tkazish; 3a - shartnomani sotib olish; 3b - shartnomani sotish; 4a - hisob-kitob palatasi tomonidan 20-noyabr 2011-yil bilan 20-fevral 2012-yil baholari o'rtasidagi farqni to'lash; 4b - sotuvchi tomonidan baho farqini palataga to'lash.

Fyuchers bitimlarini real tovarga bo'lgan muddatli bitimlardan farqlash zarur. Bu bitimda shartnoma tuzilgan paytda sotuvchida tovar bo'lmaydi va uni biron bir vaqtdan keyin yetkazib berish ko'zda tutiladi. Agar bunda sheriklar baholarni shartnoma tuzilgan va tovar yetkazib beriladigan davrdagi barqarorligiga shubha qilsalar, u holda ular bir vaqtning o'zida real tovarni yetkazib berishni nazarda tutmaydigan soxta shartnoma ham tuzishlari mumkin. Bunday sharoitda soxta fyuchers shartnomasini tuzish sheriklarni baholar o'zgarishi tufayli yuzaga keladigan tavakkaldan sug'urtalashni nazarda tutadi. Bu, ayniqsa, xaridor uchun juda muhim bo'lib, u tovarni bahosi oshsa ko'proq pul to'lashiga to'g'ri keladi, ammo sotuvchi baho pasaysa o'ylagan miqdordagi pulni ola olmay qolishi mumkin.

Bunda 2 xil variant bo'lishi mumkin:

1) Baho oshdi. Xaridor sotib olayotgan tovari uchun 100 pul birligi to'lashni nazarda tutgan edi, endi esa 120 pul birligi to'lashga to'g'ri keldi. Agar xaridor baho o'zgarishini nazarda tutmagan bo'lsa, u holda

unga o'z faoliyatini rejalashtirish yoki bashorat qilish qiyin bo'ladi. Fyuchers shartnomasiga murojaat qilish esa baho bilan bog'liq tavakkalni pasaytiradi, baho o'sishi evaziga yuzaga kelgan farqni xaridor birjaning hisob-kitob palatasidan oladi. Boshqacha so'z bilan aytganda, xaridor sotuvchiga 120 pul birligi to'laydi, ammo pul birligini unga hisob-kitob palatasi qaytaradi. Shunday qilib, xaridor haqiqatda tovarni 100 pul birligiga sotib oladi.

2) Baho pasaydi. Sotuvchi o'z tovari uchun 100 pul birligi olishni nazarda tutgan edi, ammo endi 80 pul birligi olishga to'g'ri keladi. Ammo sotuvchi mazkur shartnoma bilan birga fyuchersni ham tuzsa, u holda bu fyuchersni tugatish paytida sotuvchi birja hisob-kitob palatasidan 20 pul birligini oladi va u shunday qilib, baho o'zgarishi tavakkalidan o'zini himoya qiladi.

Tadbirkorlik faoliyatining maxsus shakllariga ko'chmas mulk bilan savdo qilish yoki **rieltor biznesi** deb ataluvchi faoliyat ham kiradi. Biznesning bu turi bilan shug'ullanuvchi kishilarni **rieltorlar** deyiladi. Rieltorlar ko'pincha vositachi maklerden foydalanishadi.

2.4. Moliyaviy sohada tadbirkorlik faoliyati va uning asosiy ko'rinishlari

Moliyaviy sohada tadbirkorlik bankirlar yoki moliyachilar tomonidan banklar, investitsiyalar, kompaniyalar va investitsiya jamg'armalari hisobiga amalga oshirilishi mumkin.

Bank deb, vaqtincha bo'sh pul mablag'larini (qo'yilmalar, moliyaviy resurslarni) o'zida saqlovchi, ularni foydalanish uchun kredit ko'rinishida beruvchi, o'zaro hisob-kitob va to'lovlarda korxonalar, muassasalar va ayrim shaxslar o'rtasida vositachilik qiluvchi ixtisoslashgan moliyaviy institutga aytiladi.

Bunday ta'rif davlat yoki tijorat banklari uchun ham o'rinlidir. Markaziy bank mamlakatda asosan pul muomalasini tartibga solish, muomalaga yangi pullarni chiqarish vazifasini bajaradi. Markaziy bank qoidaga ko'ra, davlatga bo'ysunadi. Tijorat banklari esa foyda olish uchun o'z vazifalarini bajaruvchi korxonalar turkumiga mansubdir.

Bank ishini tashkil etishda asosiy muammo mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatishga borib taqaladi. Bank tuzilmalarini eng asosiy tavsiflaridan biri bank to'lovlarini amalga oshirish davri, muddati hisoblanadi. Asosan quyidagi to'lov turlari farqlanadi:

a) bank ichidagi to'lovlar;

b) milliy darajadagi banklararo to'lovlar;

c) xalqaro darajadagi banklararo to'lovlar.

Bank ichidagi to'lovlar bu filiallar bilan bo'ladigan barcha ichki to'lovlardir. Bu yo'nalishda tezkor ishlash uchun aloqaning an'anaviy turlari qo'llanadi: telefon, teletayp, elektron pochta. Teletayp aloqasida butun dunyoda qabul qilingan kalitlar jadvali qo'llaniladi, shahar ichidagi hisob-kitoblarda asosiy og'irlik maxsus ajratilgan telefon bog'lamlariga tushadi.

Hozirgi vaqtda O'zbekiston hududida telegraf bo'yicha uzatilgan to'lov topshiriqnomasi o'rtacha 3 kun mobaynida, pochta bo'yicha uzatilganda esa 7 kun mobaynida o'z egasiga boradi. Internet va elektron pochta bo'yicha esa bu muammo 1 ish kuni ichida hal bo'ladi.

Bundan tashqari, modem va faks aloqasi ham qo'llaniladi. Biroq bu kanallar unchalik ishonchli emas, shu sababli boshqa shaharlardagi filiallar bilan hisob-kitoblarni amalga oshirishda muqobil aloqa vositalari, sun'iy yo'ldosh orqali aloqa qilish usullaridan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Investitsion kompaniyalar va jamg'armalar deb foyda olish maqsadida o'z mablag'larini hamda boshqa bir korxonaga, tashkilot, shaxslarining mablag'larini to'plovchi hamda ularni samarali ishlatish uchun faoliyat ko'rsatadigan yoki yangi ochilgan korxonalariga yo'naltiruvchi, investitsiya qiluvchi moliyaviy muassasalarga aytiladi.

Investitsiyalar u yoki bu korxonaga qo'yiladigan uzoq muddatli kapitallardir. Investor – investitsiya qo'yuvchi shaxs, tashkilot yoki davlatdir. Investitsion kompaniya va jamg'armalar 2 turga ajratiladi:

1. Salohiyatli sarmoyadorlar mablag'larini bir joyga to'plovchi va ularni faoliyat ko'rsatayotgan ishlab chiqarishga qo'yib, undan foyda oluvchi korxonalar. Bunday korxonalar o'z foydasidan sarmoyadorlarga ham foiz to'laydi, ham o'zi daromad qiladi. Lekin sarmoyani qo'yishda investitsion kompaniya yoki jamg'arma o'zlari sarmoya qo'yayotgan korxonaning moliyaviy holati, moliyaviy «sog'lomligi» to'g'risida batafsil axborotga ega bo'lishi zarur, chunki bu bevosita tavakkal bilan bog'liqdir.

Shuning uchun ham mablag'larni iloji boricha 5-6 xil yo'nalishda sarflash maqsadga muvofiq. Masalan, investitsion kompaniya yoki jamg'armada 10 000 000 pul birligi mavjud. Uni quyidagicha ishlatish zarur:

a) 2 000 000 pul birligini ATIB «Ipoteka bank» aksiyalarini sotib olishga ishlatish kerak, kutilayotgan foyda 400 000 pul birligiga teng.

b) 2 000 000 pul birligini A sherikka 1 yildan keyin 25% ustama bilan qaytarish majburiyati asosida qarz berish, undan 500 000 pul birligi daromad keladi.

c) 3 000 000 pul birligini «O‘zbekneftgaz» yoki «Navoiysement» korxonalarini aksiyalarini sotib olishga ishlatish zarur, ular unga yuqori bo‘lmagan 14% miqdorda dividend to‘lashga va‘da berayotgan bo‘lishsada, mavjud axborotlarga ko‘ra ularni ishlari yaxshi ketyapti va dividend miqdori 20 foizni tashkil qilishi mumkin. Bu degani bunday investitsiyalashdan eng kami bilan 600 000 pul birligi foyda olish mumkin.

Jalb qilingan kapitalni shu yo‘nalishlar bo‘yicha joylashtirish natijaviy hisobda 1 500 000 pul birligi daromad keltiradi. Ammo bu yo‘nalishlar bo‘yicha biz atigi 7 000 000 pul birligini joylashtirdik, lekin zarur samaraga erishdik, ammo tavakkal baribir saqlanib qoladi. Shu sababli, biz qolgan 3 000 000 pul birligini quyidagicha joylashtirishimiz mumkin:

g) 1 000 000 pul birligini B aksiyadorlik jamiyatini imtiyozli aksiyalarini sotib olishga sarflaymiz.

d) qolgan 2 000 000 pul birligini bunday holatda xususiyashtirilayotgan oziq ovqat do‘konini sotib olishga sarflash mumkin, ya‘ni u kelgusida yaxshi ishlasa daromad keltirishi, aksincha, yana sotib yuborilishi mumkin.

Albatta, bunday faoliyat barcha sohalar bo‘yicha sarmoyalarni ratsional sarflashni, samarali biznes reja tuzishni va shu asosda ish ko‘rishni talab etadi.

g) qandaydir loyihalarni amalga oshirish maqsadida sarmoyalarni to‘plovchi korxonaga.

Bu ham 2 xil shaklda amalga oshiriladi:

a) Aksiyadorlik jamiyati loyahasini amalga oshirish uchun investitsion jamg‘arma shakllantiriladi;

b) ma‘lum bir mintaqada mavjud kapitalarni izlash va jalb qilishga ixtisoslashgan va bu mablag‘larni mintaqadagi aniq loyihalarga yo‘naltiruvchi mintaqaviy investitsiya jamg‘armasini tashkil etish.

Investitsion korxonalariga investitsion banklar ham kiradi va ular uzoq muddatli investitsiyalarni moliyalashtirishga ixtisoslashgan bo‘ladi.

Bundan tashqari, moliyaviy sohada tadbirkorlikning **audit** deb ataluvchi o‘ziga xos turi ham mavjuddir. **Audit** bu kompaniya yoki firmaning moliyaviy holatini tekshirish va nazorat qilish bo‘yicha

faoliyatdir. Auditga ixtisoslashgan firmalarga **auditor-firmalar** deyiladi. Tekshiruv va nazorat ishlarini bajaruvchi firmaning mansabdor shaxslariga **auditorlar** deyiladi.

Ba'zan auditorlik tekshiruvlari sud instansiyalarining qarori bo'yicha o'tkaziladi. (Masalan, qandaydir firmani bankrot deb e'lon qilish to'g'risida sud qarori tayyorlanayotgan bo'lsa). Auditorlik tekshiruvi firma kredit olish uchun murojaat qilganda kreditor talabi bilan ham amalga oshirilishi mumkin.

Auditorlik tekshiruvi auditor-firma tomonidan tekshiriluvchi firma rahbariyatining iltimosi, so'roviga binoan amalga oshiriladi. Tadbirkorlik amaliyotida bu ham kam uchramaydi. Nima uchun mulkdor o'z korxonasiga nazoratchilarni taklif qiladi? An'anaviy ruhiyatimizga ko'ra bu juda ajablanarli hol. Chunki, bizda sobiq ma'muriy-buyruqbozlik davrida har doim korxonaning moliyaviy holatini tekshirish faqat yagona maqsad - kamchiliklarni topish va aybdorni jazolash uchun o'tkazilar edi. Audit esa boshqa maqsadni ko'zlaydi: neytral mutaxassis o'z tekshiruvi davomida firma moliyasini boshqarish, moliyaviy holatini yaxshilash bo'yicha tavsiyalar, takliflar beradi.

Demak, yuqorida biz ta'kidlaganimizdek tadbirkorlik faoliyati har xil shakllarda amalga oshiriladi. Bu shakllar bir-birini to'ldiradi, ishlab chiqarishni tovar va xizmatlarni iste'molchilarga yaqinlashtiradi (2.4.1-chizma).

Mavzuga oid tayanch iboralar

Innovatsion tadbirkorlik, ana'naviy tadbirkorlik, innovatsiya, konsalting, marketing, lizing, faktoring, vositachi, ulgurji baho, chakana baho, agent, prinsipial, komissioner, komission mukofot, broker, diler, distribyuter, konsignant, savdo makleri, kommivoyajer, jo'natma savdogar, auksionist, auksioner, auksinator, tovar birjasi, fond birjasi, valuta birjasi, forvard bitimi, naqd tovarli bitim, xejirlash, fyuchers shartnomasi, savdoni va xaridni xejirlash, opsiyon, sotish va xarid qilishga opsiyon, «ayiq»lar, «ho'kiz»lar, bank, emissiya, investitsiya komissiyasi, investitsiya, audit, auditor, opsiyon koll, opsiyon put.

Mavzuni o'rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. O'ylab ko'ring 2 ta tadbirkorlik faoliyati shaklidan (davlat va xususiy) qaysi biri samarali:

- a)jamiyat nuqtayi nazaridan;
- b)tadbirkorlik nuqtayi nazaridan.

2.Nima uchun tadbirkorlik faoliyati rivojlanishining ayrim bosqichlarida vositachilik ishlab chiqarish ustidan hukmronlik qiladi?

3.Bitta shaxs ham an'anaviy, ham innovatsion tadbirkorlik bilan shug'ullana oladimi va buning ijobiy va salbiy tomonlari bormi?

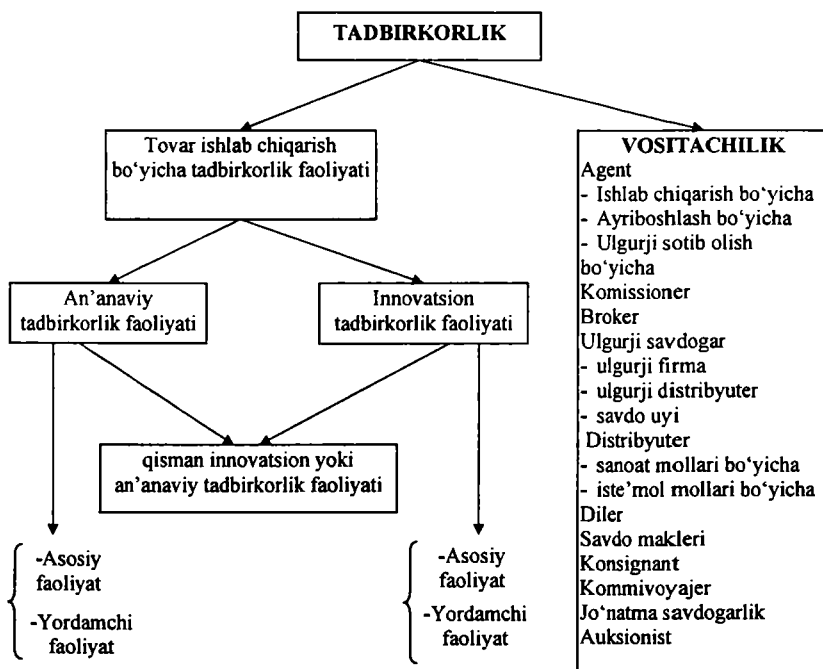
4. Vositachilik tadbirkorligining asosiy turlarini sanab o'ting.

5.Ishlab chiqarish tadbirkorligi bilan xizmatlar sohasi tadbirkorligining o'xshash va farqli tomonlari nimalardan iborat?

6. Moliyaviy sohadagi tadbirkorlik faoliyati deganda nimani tushunasiz?

7.Birja bitimlari va ularning asosiy xususiyatlari nimalardan iborat?

8.Birjada faoliyat ko'rsatuvchi asosiy subyektlarni sanab o'ting.



2.4.1- chizma. Tadbirkorlik faoliyatining shakllari.

III bob. TADBIRKORLIK FAOLIYATI VA BIZNESNI AMALGA OSHIRISH SHART-SHAROITLARI (ishlab chiqarish omillari)

3.1 Tadbirkorlik g'oyasi va uni tanlash

Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish shart - sharoitlari sifatida ishlab chiqarish omillari maydonga chiqadi. Iqtisodiyot fanida ishlab chiqarish omillariga an'anaviy ravishda yer, kapital va mehnatni kiritib kelingan. Biroq hozirgi kunda ishlab chiqarish omillari tarkibiga to'rtinchi omil sifatida axborot (g'oya) va beshinchi omil sifatida esa tadbirkorlik qobiliyati ham kiritilgan holda o'rganiladi. Tadbirkorlik iqtisodiy faollikning maxsus shakli sifatida zamonaviy sharoitlarda ishlab chiqarish omillarining nisbatan kengaytirilgan to'plamini tanlashni talab qiladi.

Tadbirkorlik g'oyasi innovatsiyaga asoslanishi yoki o'z ichiga innovatsion holatni qamrab olishi lozim. Amalga oshirish mumkin bo'lgan real tadbirkorlik g'oyasining mavjudligi tadbirkorlik faoliyatining asosiy omili hisoblanadi.

Tadbirkorlik g'oyasi iste'molchining ehtiyoj, istaklariga moslashuvchi tovar yoki xizmatlar ishlab chiqarish xohishining tadbirkor ongida aks etishidir.

Amaliy faoliyatda tadbirkorlik g'oyasi muammosi 2 ta o'ziga xos xususiyatlarga ega:

- **birinchidan**, aniq g'oyasiz tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish mumkin emas, ayniqsa, boshlovchi tadbirkorlar uchun;
- **ikkinchidan**, istalgan faoliyat ko'rsatuvchi tadbirkor o'z faoliyatida tadbirkorlik g'oyalarini to'plash, tanlash va taqqoslama tahlil qilishni inkor qila olmaydi.

Tadbirkorlik g'oyasini to'plash texnologiyasi 3 ta momentni o'z ichiga oladi;

- **birinchidan**, tadbirkor o'z tadbirkorlik faolligi predmetini tashkil etish mumkin bo'lgan g'oyalarini to'playdi va bozor, bozor holati, iste'molchilar xulq-atvorlarini, soha texnologiyalarining rivojlanish darajasini tahlil qiladi;
- **ikkinchidan**, u yig'ilgan g'oyalar ichidan muayyan birini tanlaydi. G'oyalarni tanlashni tadbirkor o'zining muayyan bir holatidan

kelib chiqqan holda turli mezonlar bo'yicha amalga oshiradi. Bunday mezonlar quyidagilar bo'lishi mumkin:

- **g'oyaning samaradorligi** (masalan, A g'oya amalga oshsa, oyiga 1 mln. so'm sof foyda, B g'oya amalga oshsa, 2 mln. so'm sof foyda olinadi);

- bozorda muhim o'rin egallash istiqbollari (*masalan, A tovar 10% bozor segmentini, B tovar esa 25% ini egallashi mumkin*);

- tayinlash davrining muddati, ya'ni g'oyani amalga oshirishdan to tovarni yetkazib berishigacha bo'lgan davr (*masalan, A g'oya 6 oyni, B g'oya 1,5 oyni talab qiladi*);

- talab qilinuvchi kapital va uni investitsiyalash imkoniyatlari (*masalan, A g'oya 10 mln. so'm investitsiyani talab qiladi va u tadbirkorning o'zida mavjud, B g'oya esa 100 mln. so'm hajmdagi mablag'ni talab qiladi, shundan 90 mln. so'mi qarz olinuvchi kapital*);

- ishlab chiqarishni tashkil etish uchun asbob-uskunalarning topish mumkinligi (*masalan, A g'oyani amalga oshirish uchun texnologiyani chetdan keltirish kerak, B g'oya uchun esa mahalliy sheriklardan texnologiya sotib olish yoki ijaraga olish mumkin*);

- zarur miqdordagi talab qilinuvchi xomashyoning mavjudligi;

- talab qilinuvchi ixtisosdagi va zarur darajadagi ishchi kuchining mavjudligi.

Tadbirkorlik g'oyasini tanlash to'g'risida nisbatan kengroq ma'lumot olish uchun quyidagicha tadbirkorlik g'oyalari tanlash bo'yicha jadvaldan foydalanish mumkin.

Tadbirkorlik g'oyalari tanlash bo'yicha namunaviy jadval

3.1.1- jadval

G'oya mezonlari	Samaradorlik	Bozor istiqbollari	Tayyorlash muddatining davomiyligi	Talab qilinuvchi kapital hajmi		Texnologiyalarni topish mumkinligi	Xomashyoni topish mumkinligi	Ishchi kuchining mavjudligi
				Jami	Qarz			

Tadbirkorlik g'oyasini tanlashning asosiy qoidalaridan bo'lgan AQSH lik olim M.Smollaning «Qanday qilib pul topish mumkin» degan kitobidagi 10 ta qoidani keltiramiz:

1. O'z g'oyangizni yozing. U qanday foyda keltirishini shakllantiring. Agar u qandaydir yangi mahsulot bo'lsa, uni chizing. U jarayon bo'lsa, tavsiflang. Bu fikringizni aniqlashtirishingiz uchun kerak va g'oyangiz nafaqat miyada, balki qog'ozda ham yaxshi ekanligini bilish kerak.

2. G'oyaning maketini qiling.

3. O'z fikringizni qiymatini aniqlang. Bu haqda rafiqangiz yoki yaqinlaringizdan so'ramang. Ular sizni ranjitmaydilar. Yoki sizni o'z darajalarigacha tushirib, o'ylangan narsangizdan sizni sovutishlari mumkin.

4. Sizni g'oyangizni patentlash mumkinmi? Tekshirib ko'ring, siz velosiped yaratayotganingiz yo'qmi?

5. Siz endi qanday harakat qilishingizni hal qiling. Bu, asosan, sizni egallagan holatingizdan kelib chiqadi. Eng asosiysi siz raqobatchilikni unutmang. Iloji boricha, bozorga bir kishi bo'lib kirib boring, chunki qanchadan-qancha g'oyalar havoda uchib yuradi.

6. Agar bu ish sizniki bo'lmasa, o'z g'oyangiz bilan hamkoringiz ordamida yangiroq ish o'ylab toping. Siz agar qulay holatni egallamoqchi bo'lsangiz, birinchi navbatda o'zingizni har xil tahlikalardan sug'urtalang va shartnoma shartlarini kelishib oling. Siz qancha mablag' olishni mo'ljallayotgan bo'lsangiz, shuni aniq va qat'iy talab qiling. Iloji boricha buni huquqshunos yordamida kelishib oling.

7. O'z g'oyangizni asosiy ishingizni tashlamasdan, ta'til yoki dam olish kunlarida amalga oshiring, chunki muvaffaqiyat tinim bilmaydiganlarga kulib boqadi.

8. O'z g'oyangizni shu sohada ixtisoslashgan korxonaga qo'liga topshirishni ko'rib chiqing. Mumkin qadar g'oyangizni yirik firmaga emas, balki kichik korxonaga amalga oshirish uchun topshiring.

9. O'z g'oyangizni qayta ishlash uchun yangi korxonani tashkil etish imkoniyatlarini o'ylang. Ishonchli va savodli bajaruvchilarni izlab toping. Loyihani moliyalashtirish manbalarini topishga harakat qiling.

10. Yaxshi g'oyani to uni ishlatishning barcha variantlarini ishga solib ko'rgunga qadar tashlab yubormang. Agar sizda hissiyot va aql kurashayotgan bo'lsa, har doim aql tomonida qoling. O'zingizdagi ishonchni yo'qotmaslik uchun amalga oshmagan ishni tashlar ekansiz, darhol yangisini bajarishga kirishing. Omadsizlik bu o'sishning eng

asosiy negizidir. Omadsizlikdan keyin keladigan g'oya, balki oldingisidan juda ham qiziqarli bo'lishi mumkin.

Tadbirkor g'oyasini izlash va tanlash quyidagilarni nazarda tutadi:

– iste'molchining u yoki bu tovar, xizmatga bo'lgan ehtiyojini bilishni;

– g'oyani amalga oshirish uchun zarur bo'lgan tadbirkorning o'z qobiliyatini, ko'nikma va malakalarini obyektiv baholashni;

– fan-texnika va texnologiyaning rivojlanish darajasi haqidagi axborotga ega bo'lishni va h.k.

Zarur axborotga ega bo'lish tadbirkorlik faoliyatining ikkinchi omili hisoblanadi.

3.2. Tadbirkorlik g'oyasi, ishlab chiqarish texnologiyalari va tadbirkorlik kapitalini shakllantirish usullari

Texnologiya tayyor mahsulot yoki xizmatlar ishlab chiqarishdagi qo'llangan usullar, uslublar majmui hisoblanadi. Tadbirkor mumkin qadar shunday texnologiyani tanlashi kerakki, ertaga diversifikatsiya bo'ladigan bo'lsa, u oson o'zgarishi kerak. Shuning uchun ham zamonaviy, ham oson, arzon texnologiyani joriy qilish maqsadga muvofiqdir.

Tadbirkor tomonidan ishlab chiqarish jarayonida qo'llaniladigan asbob-uskuna, mashinalar, apparatlar, har xil resurslar birgalikda ishlab chiqarishning texnik elementlarini tashkil etadi. Ishlab chiqarishni texnik unsurlari tadbirkorlik faoliyatining uchinchi omili sifatida maydonga chiqadi.

Tadbirkor tomonidan tanlanadigan har bir texnologiya o'zining moddiy ta'minotini talab qiladi. Tadbirkor tabiiyki, texnologiya muammosi bilan birga uning moddiy ta'minoti muammosini ham qarab chiqadi, ya'ni u texnologiyani ishlatishda qancha xarajat talab qilinishi, qancha hajmda kapital qo'yilishini ham chamalaydi. Tadbirkor ko'pincha texnologiya tanlashda «fondlarga qaytim» deb ataluvchi yalpi tovar mahsulotini ishlab chiqarishda foydalaniladigan asosiy va aylanma ishlab chiqarish fondlarining har bir-birligiga nisbatan hisoblanuvchi ko'rsatkichdan foydalaniladi.

Masalan, agar A texnologiyani ishlatsangiz 3 mln. so'm xarajat, B texnologiyani ishlatsangiz esa 5 mln. so'm xarajat ketadi. A texnologiyadan foydalanib ishlab chiqarilgan mahsulot 1 mln. so'mni, B texnologiyadan foydalanib ishlab chiqarilgan mahsulot 2,5 mln. so'mni

tashkil etadi. Demak, 1-misolda fondlarga qaytim 3 so'mga 1 so'm, 2-misolda esa 2,5 so'mga 1 so'mni tashkil etadi. 2-variant bir oz samarali hisoblanadi.

Zarur hajmdagi va shakldagi kapitalning bo'lishi tadbirkorlik faoliyatining to'rtinchi omili hisoblanadi. Kapitalsiz tadbirkorlikni amalga oshirish juda murakkab. Tadbirkor qo'lidagi kapital qanchalik samarali yoki quvvatli bo'lsa, shunchalik uning faoliyati natijalari salmoqli bo'ladi.

Kapital deganda faqat moddiy mulk obyektlarini tushunish maqsadga muvofiq emas. Kapital ham moddiy yoki intellektual shaklda (bilim, malaka, ko'nikma, professional mahorat) bo'lishi mumkin.

Kapital deganda ishlab chiqarish jarayonida qo'llaniluvchi va foydani jalb qilish vositasi sifatida xizmat qiluvchi moddiy yoki moliyaviy mablag'lar hamda intellektual ishlanmalar, tashkilotchilik ko'nikmalari tushuniladi.

Boshqacha so'z bilan aytganda kapital deganda quyidagilar nazarda tutiladi:

1) ishlab chiqarishning barcha texnik vositalari (bino, inshootlar, stanok, transport);

2) aylanma kapitalning moddiy unsurlari (xomashyo, materiallar, ishchi kuchi malaka darajasi, bir marta yoki qisqa muddatli foydalaniladigan asboblari);

3) aylanma mablag'lar (ish haqi fondi, xomashyo sotib olish va ishlab chiqarishni tashkil etish uchun zarur bo'lgan pul ko'rinishidagi mablag'lar);

4) intellektual mulk bu tadbirkorning shaxsiy g'oyasi, tovar yoki xomashyoni qanday ishlab chiqarishning yangicha usuli va umuman «innovatsiya»ga tegishli bo'lgan barcha tushunchalar. Shunday qilib, tadbirkor kapitali quyidagiga teng:

$$K_t = T_u + (A_k + A_m) + I_m$$

bu yerda, K_t – tadbirkorlik kapitali; $A_k + A_m$ – aylanma kapital va aylanma mablag'lar; I_m – intellektual mulk.

Dastlabki kapitalni shakllantirish tadbirkorlikning eng asosiy muammolaridan hisoblanadi. Dastlabki kapitalning talab qilinadigan hajmi g'oya asosida yotuvchi muayyan loyiha bo'yicha tadbirkor hisob-kitoblarini bildiradi. Biz har qanday korxonaning kapitali asosiy va aylanma kapitaliga ajralishini bilishimiz lozim.

Asosiy va aylanma kapitalning hajmi turli tarmoqlarda turlicha bo'ladi. Masalan, sovutkich, televizor, video va audio texnikalarni

sotishga ixtisoslashgan savdo korxonasi asosiy va aylanma kapitali xuddi shunday mablag' bilan savdo qilayotgan gul do'koni aylanma va asosiy kapitalidan 10 marta yuqoridir.

Dastlabki kapitalga bo'lgan ehtiyojni hisoblashda tadbirkor quyidagi jadvaldan foydalanishi mumkin (3.2.1 - jadval).

Dastlabki kapitalga bo'lgan ehtiyojni hisoblash tartibi

3.2.1- jadval

Kapital tarkibi			
Asosiy kapital		Aylanma kapital	
Bino	6000000 p.b	Xomashyo (zaxira)	6000000 p.b
Ofislar uskunolari	6000000 p.b	Tovar zaxiralari	6000000 p.b
Sex uskunolari	6000000 p.b	Xaridorlar qarzlari	6000000 p.b
Stanok asboblari	6000000 p.b	Kassa qoldig'i	6000000 p.b
Avtotransport	6000000 p.b	Bankdagi hisob raqamdagi mablag'lar	6000000 p.b
Kapitaldagi bo'lgan ehtiyoj jami: 2710000 p.b			

Birinchidan, barcha variantlarni taqqoslash lozim.

Texnologiya sotib olishda juda sinchkovlik kerak. «15% bozor bahosidan past» degan reklamalarga unchalik e'tibor bermaslik lozim, ya'ni faqat baho ko'rsatkichi bilan cheklanmaslik kerak.

Faraz qilaylik, siz o'z korxonangizni ochmoqchisiz: 3 variant mavjud.

A. 8000000 p.b.ga 1200 m² va 9500000 p.b ga. 1450 m² bino olish mumkin;

B. 600000 p.b.yiliga ijara haqi to'lab binoni ijaraga olish mumkin;

V. 30% ishlab chiqarilgan tovarni bino egasiga berish lozim.

Ikkinchidan, dastlabki kapital shakllantirishning o'ziga xos xususiyatga ega bo'lib, zarur infratuzilma yetarlicha rivojlanmaganligi tufayli iqtisodiyoti o'tish davrida bo'lgan ko'pchilik davlatlarda tadbirkorlik loyihalarini amalga oshirishga jamiyat unchalik ta'sir o'tkaza olmaydi.

Bunday holatda dastlabki tadbirkorlik kapitalini shakllantirish «Yashirin sherikchilik aloqalar mexanizmi» tamoyili negizida amalga oshirilishi mumkin.

Bunday tamoyilning mazmuni quyidagi holatlarga kelib taqaladi:

- 1) Muayyan tovarni ishlab chiqarishning tadbirkorlik loyihasi tuziladi.
- 2) Loyiha tarkibiy qismlarga bo'linadi.
- 3) Tovarni ayrim detal va unsurlari.
- 4) Sheriklar detallar va uning qismlarini tayyorlashga qarab ularni tadbirkor manziliga yetkazishni amalga oshiradilar.
- 5) Tadbirkor sherigidan olgan detal va komponentlarini yig'adi.
- 6) Tadbirkor tovarni o'ralishini va yorlig'lanishini amalga oshiradi.
- 7) Tadbirkor iste'molga tayyor tovarni iste'molchiga (savdo agentiga) yetkazadi va undan sotiluvchi tovar uchun mablag' oladi.
- 8) Sotilgan tovar uchun tadbirkor pullarni olib o'z sheriklariga tovarning alohida detal va qismlarini yetkazuvchilarga to'lovlarni amalga oshiradi.

«Yashirin sherikchilik aloqalari mexanizmi» dastlabki kapitalni shakllantirishning yana bir variantini o'z ichiga oladi va bu tadbirkorlardan o'z zimmasiga ma'lum majburiyatlarni olishni nazarda tutadi.

Faraz qilaylik, sizning xitoylik sherigingiz (kasseta yetkazib beruvchi) har bir kassetani sizga 2 000 so'mdan 100 000 dona yetkazib bermoqchi. Bu holda siz, agar haqiqatan ham ularni 2 500 so'mdan sotsangiz, sizning foydangiz 50 000 000 so'mni tashkil qiladi va bu sizning dastlabki kapitalingizni shakllantirishga asos bo'lib xizmat qiladi.

Shu o'rinda tabiiy savol tug'iladi. Talab qilinuvchi dastlabki kapitalning zarur hajmini qayerdan olish mumkin? Buning bir qancha yo'llari mavjud bo'lib, ulardan taqqoslama tahlil qilgan holda eng samaralisini tanlash mumkin:

1. Oldingi tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy yakunlari (o'zingizning yoki ota - onangizdan meros bo'lib qolgan);

2. Shaxsiy jamg'armalar (nafaqat pul ko'rinishidagi, balki buyum, tovar ko'rinishidagi, *masalan siz o'z shaxsiy avtomobilingizni korxonangizga kapital sifatida kiritasiz*);

3. Ma'lum bir majburiyatlar evaziga qarzga olingan qarz mablag'lari (*masalan, foizga olingan*).

O'zbekiston sharoitida dastlabki kapitalni shakllantirishning 3 - usuli juda keng tarqalgan bo'lib, bu noldan boshlab o'sishni bildiradi. Shuni aytish kerakki, kreditni olish ham bu usulda oson emas, chunki qat'iy kafolatlar kerak bo'ladi. Ayrim hollarda bunday kafolat sifatida

tadbirkorlik g'oyasining mazmuni aniqrog'i, hisob-kitoblarning aniqligi, aylanma kapitalning tez aylanishi, yuqori samara berishi ehtimolligi ham xizmat qiladi.

Qarz (zayom) – bitimning bir turi bo'lib, bunda bir tomon (qarz beruvchi) ikkinchi tomonga (qarz oluvchi) mulk sifatida pul yoki tovar (buyumlar) beradi, qarz oluvchi esa xuddi shunday miqdordagi pulni yoki xuddi shunday tovar turini belgilangan muddatdan keyin qaytarish majburiyatini oladi. Ammo shuni ta'kidlash kerakki, ba'zan kredit qarz ko'rinishda maydonga chiqsa ham (foizsiz kredit), iqtisodiy tilda qarz va kreditni chalkashtirmaslik kerak.

Kredit – bitimning bir turi bo'lib, bir tomon ikkinchi tomonga pul yoki tovarni ma'lum muddatdan keyin foizi bilan qaytarish evaziga qarzga beradi.

Bank krediti-kreditning turi bo'lib unda pul mablag'lari vaqtinchalik foydalanish uchun bank tomonidan ma'lum foizlar evaziga beriladi.

Kredit operatsiyalarini quyidagi belgilari bo'yicha tasniflash mumkin:

1. Ta'minlanishiga bog'liq ravishda

- a) ta'minlanmaydigan ssudalar (bank ssudalari)
- b) ta'minlanadigan ssudalar (veksel ssudalar, ya'ni vekselni, tovarlarni, umuman qimmatli qog'ozlarni garovga qo'yish bilan beriladigan ssudalar).

2. Qoplanish muddati bo'yicha

- a) onkol kreditlari (talab qilingunga qadar, ya'ni qarz oluvchi yoki bank talabi bo'yicha qoplanuvchi);
- b) qisqa muddatli (bir yilgacha);
- c) o'rta muddatli (bir yildan besh yilgacha);
- d) uzoq muddatli (besh yildan yuqori).

3. Qoplash usuli bo'yicha

- a) uzoq muddatda cho'zilib qoplanadigan (kredit uchun foizlarni e'tiborga olgan holda ketma-ket to'lovlarni amalga oshirish bilan qoplanadigan);
- b) bir martalik badal bilan qoplanadigan.

4. Foizni ushlab qolish usuli bo'yicha

- a) foiz kredit berilgan vaqtning o'zida ushlanadi;
- b) foiz kredit qoplanadigan vaqtda ushlanadi;
- c) foiz teng o'lchovli badallar bilan kreditning butun muddati davomida ushlab boriladi.

5. Qarz oluvchilarning toifasiga ko'ra

a) aylanma kapitalni to'ldirish, ishlab chiqarishni kengaytirish yoki korxonalarni sotib olish uchun firma va korxonalarga beriladigan kreditlar;

b) fond birjasi vositachilariga kreditlar (birjadagi chayqovchilik operatsiyalarini amalga oshirish uchun qimmatli qog'ozlar evaziga beriladi);

c) yirik kapital xarajatlarini qoplash uchun qishloq xo'jalik kreditlari (*masalan, sug'orish inshootlarini qurilishi uchun*); bunday kreditlar odatda ipoteka kreditlari turiga kiradi (ipoteka-ko'chmas mulkni, ya'ni yer qurilishlarini garovga qo'yish evaziga beriladigan kreditlar; shunday operatsiyalarni bajaruvchi banklarga **ipoteka banklari** deyiladi.

d) turar-joylar qurilishini garovga qo'yish evaziga iste'mol buyumlarini kreditlash.

Kredit bank tomonidan aval ko'rinishida berilishi mumkin. Bu holda bank veksel bo'yicha to'lashi majbur bo'lgan shaxs uchun topshiruvchi (qarz to'lovchi) sifatida maydonga chiqadi va bank **avalist** deyiladi. Bankning bunday topshiruvchiligini isboti sifatida vekselni old tomonidagi yozuv yoki unga birlashtirilgan varaqdagi (*allonj*) yozuv xizmat qiladi. Bu shuni bildiradiki, bank vekselga yozilgan miqdordagi to'lov uchun jismoniy yoki huquqiy shaxs bilan baravar javob beradi. Bu holda so'z vekselni yozib bergan shaxs va bankning qo'shma javobgarligi ustida boryapti.

Tadbirkor loyihani amalga oshirish bosqichida dastlabki kapitalni shakllantirishning eng qulay usulini tanlash bo'yicha qaror qabul qiladi. U o'z qarorini kapital jalb qilish imkoniyatlarini taqqoslama tahlil qilish natijalariga binoan asoslaydi.

Faraz qilaylik, g'oyani amalga oshirishga kirishib, siz kapitalga bo'lgan umumiy talabni aniqladingiz. Qaror qabul qilish uchun siz kapitalni shakllantirishning mumkin bo'lgan manbalarini ko'rib chiqasiz. Bunda quyidagicha misoldan foydalanish mumkin (3.2.2-jadval).

Kapitalning shakllantirishning mumkin bo'lgan manbalari

3.2.2- jadval

Kapital turi	Mumkin bo'lgan manbalar	Qarzni qoplash uchun bir yillik xarajatlar	Segment bo'yicha qaror (1)
Bino	a) ijara b) sotib olish c) qo'shma ishlab chiqarish (kooperatsiya) (2),(3)	1000000 p.b. 6000000 p.b. 1500000 p.b	+
Idoralarni jihozlash	a) ijara, lizing b) sotib olish	200000 p.b. 2000000 p.b.	+
Sexni jihozlash	sotib olish (4)	2000000 p.b.	+
Stanok, asboblari, uskunalar	a) lizing b) sotib olish	500000 p.b. 5000000 p.b.	+
Avtotransport	a) lizing b) sotib olish	300000 p.b. 3000000 p.b.	+
Jami (kapitalga bo'lgan umumiy talab), shu jumladan: loyihani amalga oshirishni boshlash uchun (5) kalendar yili oxirida (6)		8000000 p.b. 1000000 p.b.	
Talab qilinuvchi kapital manbalari	a) yil davomida xo'jalik faoliyati natijalari b) bank krediti c) sheriklardan qarz mablag'lari (7)	1000000 p.b. 5000000 p.b. 3000000 p.b.	

(1) - segmentlar bo'yicha qaror, ya'ni chizmaning har bir a'niq bo'limi bo'yicha qabul qilinadigan qaror; mavjud variantlardan eng maqbulini tanlash.

(2),(3) - shartnoma asosida qo'shma ishlab chiqarish (kooperatsiya), bunda siz binodan foydalanish huquqini olasiz, lekin ishlab chiqariladigan mahsulotning 20% ini sherigingizga - bino egasiga berasiz. Shunday qilib, siz agar o'zingiz sotganda olishingiz mumkin bo'lgan mahsulotning 1500000 p.b.ni yo'qotasiz.

(4) - sexni jihozlashda tanlash imkoniyati sizda yo'q: faqat yagona imkoniyat mavjud - shunday asbob - uskunalarni sotib olasiz.

(5) - loyihani amalga oshirishni boshlashda kapitalga bo'lgan talab sotib olish zarurati va xarajatlar bilan bog'liq talabdan kelib chiqadi.

(6) - qachonki mulk egalari oldindan pul to'lashni talab qilmasalar kalendar yili oxirida kapitalga talab ijaraga olingan yoki lizing asosida olingan mol-mulklar uchun to'lovlar miqdoridan kelib chiqadi. Chunki, oldindan ijara va lizing to'lovlarini to'lash zarurati tug'ilib qolsa, u holda bu miqdor loyihani amalga oshirishni boshlash uchun zarur kapital turkumiga kiritiladi.

(7) - ma'lum bir holatlarda sheriklardan olish mumkin bo'lgan qarz mablag'lari (ko'pincha avans ko'rinishida bo'ladi). *Masalan, faraz aylilik, siz mebel ishlab chiqarish uchun yarim mahsulotlar ishlab chiqarmoqchisiz va buni sizdan olishdan ma'lum bir tadbirkor manfaatdor*

Tadbirkor mahsulotingizni unga yetkazib berishingiz uchun undan avans olishingizni taklif qiladi (ya'ni foizsiz kredit). Bunda siz o'z mahsulotingizni ma'lum shartlar (baho, sifat, muddat, miqdor va boshqa) asosida yetkazib berishni va avansni qoplashni kelishib olasiz.

Qaror qabul qilish tadbirkorni qarorining iqtisodiy maqsadga muvofiqligiga ishonishini nazarda tutadi. Bunda quyidagi omillar e'tiborga olinadi:

a) foydalilik yoki zararlilik;

b) foyda o'lchami va uni boshqa tadbirkorlar olayotgan foyda o'lchami bilan taqqoslash;

c) qaror qabul qilish negizida yotuvchi loyihaning qoplanish muddati;

Qoplanish muddati deganda investitsiya qilingan kapitalning butun hajmini tadbirkor tomonidan to'la qaytarib oladigan ishlab chiqarish davri tushuniladi.

Misol uchun, biz ishlab chiqarishga 1 000 000 p.b. ni investitsiya qildik sof foyda yiliga 200 000 p.b.ni tashkil qildi, ya'ni biz faqat 5 yildan keyingina ishlab chiqarishga qo'ygan mablag'larimizni qaytarib olamiz. Ushbu holda loyihani qoplanish muddati 5 yilga teng. Agar biz yiliga sof foyda sifatida 500000 p.b.ni olsak, u holda qoplanish muddati 2 yilgacha qisqaradi.

Shuni aytish zarurki, loyihani qoplash muddatini aniqlashda faqat sof foyda (yalpi foyda emas), ya'ni barcha to'lovlar, yig'implar to'langandan keyin tadbirkor ixtiyorida qoluvchi miqdor e'tiborga olinadi. Davlat tomonidan ba'zi mamlakatlarda chekllovchi chora tadbirlarning qo'llanilishi (masalan, samaradorlikning mumkin bo'lgan chegaraviy darajasi) tufayli tadbirkorlar tomonidan istiqbolli loyihalar o'zining foydasizligi yoki juda kam foydaliligi va tadbirkorlarning «amakisi uchun ishlashni» xohlamaganliklari sababli tashlab qo'yiladi. Bunday hollarda davlat tomonidan qo'llaniladigan chora - tadbirlar tadbirkorlikka rag'bat emas, balki zarar keltiradi.

Shunday qilib, tadbirkor dastlabki kapitalni shakllantirishni o'ylar ekan, u iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy tavsifdagi omillardan kelib chiqqan holda qaror qabul qiladi. Yuqoridagi holda, siyosiy omillar emas, balki tadbirkorning tashqi muhit bilan bog'liqligi xususida gapirish maqsadga muvofiq bo'lar edi.

Tashqi muhit deganda quyidagilar tushuniladi:

a) tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan iqtisodiy sharoitlar;

b) tadbirkorlik va biznes sohasidagi qonunchilik, ruxsat etuvchi yoki taqiqlovchi normativ hujjatlar;

c) tadbirkor kirib borgan yoki kirishga harakat qilayotgan sohadagi raqobat darajasi;

d) iste'molchi intilishlarining iqtisodiy ustuvorliklari tizimi, ya'ni iste'molchi mavqei va holati;

e) ishlab chiqarishni boshlash uchun zarur omillarning ilmiy ishlab chiqarish darajasi va sotib olish shartlari (baho, sifat va hokazo)

f) zarur ixtisosdagi talab qilinayotgan ishchi kuchining mavjudligi va jalb qilish shartlari.

Tadbirkor qaror qabul qilishda kapitalni investitsiya qilishning bir qancha variantlarini taqqoslab ko'radi (o'zida bormi yoki qarz oladimi va hokazo). Tadbirkor bunday ishlab chiqarishga investitsiya qilayotgan kapitali doimo harakatda ekanligidan kelib chiqib ish ko'radi. Dastlab kapital pul ko'rinishida bo'ladi, so'ngra ishlab chiqarish jarayonini

amalga oshirish uchun hamma zarur narsalar sotib olingach, ishlab chiqarish shakliga o'tadi. Ishlab chiqarish jarayoni amalga oshirilgach, kapital tovar ko'rinishini oladi, tovarlar sotilgandan keyin esa yana pul shakliga qaytadi (lekin foyda bilan birga, ya'ni o'sib borish samarasi bilan):

$$P - I_1 \dots T - P_1$$

Kapitalning bunday harakati uning aylanishi deyiladi. Kapital qanchalik tez aylansa, u shuncha katta yalpi foyda keltiradi.

Faraz qilaylik, Sanjarning kapitalini aylanishi 3 oyni, Sarvarniki esa - 6 oyni tashkil qiladi. Sanjarning va Sarvarning foyda normasi bir xil - 20 % ga teng va ular 1000 000 p.b. ni investitsiya qildilar deb faraz qilamiz. Lekin Sanjarga yilda 4 marta foyda kelib tushadi (12 oy:3 oy), Sarvarga esa 2 marta (12 oy:6 oy), ya'ni Sanjar 4 marta 200000 p.b. dan Sarvar esa 2 marta 200000 p.b.dan foyda oladi. Demak, kapital qancha tez aylansa, shuncha ko'p daromad keltirar ekan.

Kapital aylanishini tahlil qilish muhim ahamiyatga ega. Bunday tahlilda nimalarga asosiy e'tiborni qaratish lozim? Buning uchun, ikkita tadbirkorlik loyihasini taqqoslab ko'ramiz (3.2.3 - jadval).

3.2.3- jadval

	1-loyiha	2-loyiha
Kapitalning aylanish darajasi	1 yil	3 yil

3.2.3- jadvaldan ko'rib chiqadigan bo'lsak, albatta, 1-loyiha yaxshi. Biroq, bu yerda asosiy va aylanma kapital aylanishini farqlash lozim.

Asosiy kapital – ishlab chiqarish kapitalining bir qismi bo'lib, ishlab chiqariluvchi tovarga o'z qiymatini asta-sekinlik bilan o'tkazuvchi va tadbirkorga amortizatsiya ajratmalari ko'rinishda pul shaklida qaytib keluvchi kapitaldir. Asosiy kapitalning (fond) aylanish davri unga tegishli bo'lgan u yoki bu texnik elementlarining xizmat qilishining normativ muddatiga bog'liq.

Aylanma kapital o'z qiymatini ishlab chiqariluvchi tovarga to'laligicha o'tkazuvchi va tadbirkorga kapitalning har bir doiraviy aylanishi oxirida pul ko'rinishida qaytib keluvchi ishlab chiqarish kapitalining bir qismidir.

Misol, tadbirkordan o'z loyihasini amalga oshirish uchun 120 kapital birligi talab qilinadi: 100 birlik - stanok sotib olish uchun va 20

birlik - xomashyo sotib olish va yollangan ishchi kuchiga haq to'lash uchun. Stanokning normativ xizmat qilish muddati 5 yil, ishlab chiqarish siklining davomiyligi 1 yil. Shunday qilib, kapital aylanishi quyidagicha bo'ladi: Stanok sotib olish uchun sarflangan 100 birlik kapital tadbirkorga 5 yildan keyin pul ko'rinishida qaytib keladi, xomashyo va ishchi kuchiga qo'yilgan 20 birlik 1 yildan keyin qaytib keladi. Bunda ishlab chiqarish xarajatlari (ya'ni qandaydir tovarni tayyorlash xarajatlarini barchasi yoki tovar, mahsulotning tannarxi) 40 birlikni tashkil etadi (20 birlik - stanok amortizatsiyasi va 20 birlik - xomashyo va ishchi kuchi qiymati).

Yana mulohaza qilamiz. Loyihani qoplanish muddati noma'lum (3.2.4 jadval).

3.2.4- jadval

	1-loyiha	2-loyiha
Qoplanish muddati	?	?

Qoplanish muddatini aniqlash uchun, loyihaning foydaliligini aniqlash zarur (3.2.5- jadval).

3.2.5- jadval

	1-loyiha	2-loyiha
Amalga oshirilayotgan loyihani foydaliligi	20%	10%

Foyda – tovarni sotish bahosining ishlab chiqarish xarajatlaridan ortiqcha qismidir. Foyda normasini quyidagi formula bo'yicha hisoblaymiz.

$$F_n = \frac{\text{Foydaning mutloq hajmi}}{\text{Investitsiya qilinadigan kapital (ishlab chiqarish xarajatlari)}} * 100 \%$$

Aytaylik, qo'yilgan kapital 100 p.b, foyda - 20 p.b. bo'lsa, U holda foyda normasi 20 % ga teng, ya'ni

$$(F_n = \frac{20}{100} * 100 \%).$$

Bu yerda shunga e'tibor berish kerakki, ishlab chiqarish xarajatlari o'z ichiga butun aylanma kapitalni va asosiy kapital qismi amortizatsiya kattaligini oladi.

Foyda normasini boshqacha ko'rinishda, ya'ni daromad va xarajatlar ayirmasining investitsiya qilingan kapitalga nisbati (foizlarda) sifatida ham ifodalanishi mumkin:

$$F_n = \frac{\text{Daromadlar} - \text{Xarajatlar}}{\text{Kapital}} * 100 \%,$$

yuqoridagi misol uchun,

$$F_n = \frac{120 - 100}{100} * 100 \% = \frac{20}{100} * 100 \% = 20 \% \text{ bo'ladi.}$$

Foyda normasini oshirish uchun quyidagi 3 ta omillardan bittasini o'zgartirish kerak:

- 1) Xarajat, kapital o'zgarmagan holda daromatlarni oshirish.
- 2) Daromad va kapital o'zgarmagan holda xarajatlarni kamaytirish.
- 3) Daromad va xarajatlar o'zgarmagan holda investitsiya qilinuvchi kapitalni kamaytirish.

Masalan, daromad 150 p.b, xarajat 100 p.b, kapital 1000 p.b. bo'lsin. Bu omillar quyidagi variantlarda o'zgarishi mumkin:

- 1) daromad 300 gacha oshadi;
- 2) xarajatlar 50 gacha kamayadi;
- 3) kapital 500 gacha qisqaradi.

Dastlabki ma'lumotlardan foyda normasi:

$$F_n = \frac{150 - 100}{1000} * 100\% = 5\% \text{ bo'ladi.}$$

$$1 - \text{ holda esa, } F_n = \frac{300 - 100}{1000} * 100\% = 20\% \text{ bo'ladi.}$$

$$2 - \text{ holda esa, } F_n = \frac{150 - 50}{1000} * 100\% = 10\% \text{ bo'ladi.}$$

$$3 - \text{ holda esa, } F_n = \frac{150 - 100}{500} * 100\% = 10\% \text{ bo'ladi.}$$

Amortizatsiya ajratmalari kattaligi haqida ma'lumotlar 3.2.6-jadvalda keltiriladi:

3.2.6- jadval

	1-loyiha	2-loyiha
Amortizatsiya ajratmalari (yiliga)	10 %	25 %

Ammo, aniq bir xulosaga kelish uchun investitsiya qilinuvchi kapital hajmini bilish zarur (3.2.7-jadval).

3.2.7- jadval

	1-loyiha	2-loyiha
Investitsiya qilinuvchi kapital (pul birlikda)	100	300

Berilgan tahlil asosida u yoki bu loyiha samaraliligini xulosa qilib aytish uchun tahlil qilinuvchi barcha ko'rsatkichlarni umumlashtiramiz (3.2.8-jadval).

Har xil loyihalarni amalga oshirishdan kutilayotgan iqtisodiy samaraning taqqoslama tahlili

3.2.8- jadval

	Investitsiya qilinuvchi kapital	Aylanish davrini e'tiborga olgan holda amortizatsiya ajratmalari (yiliga)	Foydalilik	Qoplanish muddati
1-loyiha	100	100%	20%	8 oy
2-loyiha	300	33%	10%	2 yil 4 oy

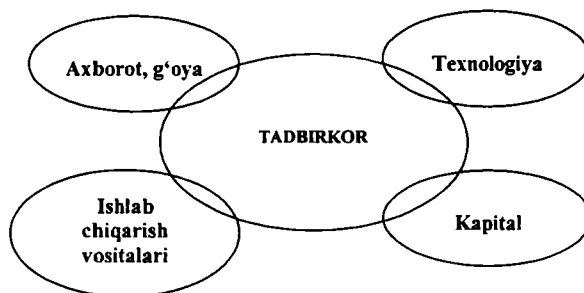
Bu yerda shuni esda tutish kerakki, barcha tadbirkorlarning maqsadi foyda olishdir, holbuki, uni olinuvchi foyda normasi emas, balki hajmi qiziqtiradi. 2-loyiha 3 yil davomida 90 p.b.(300 ning 10 % i 3 yilda), 1-loyiha esa 3 yilda atigi 60 pul birligi foyda keltiradi. Shuning uchun, tadbirkor 2-loyiha ustida ishlashni afzal ko'rishi mumkin.

3.3. Xulq - atvor va fikrlashning tadbirkorlik turi

Biz yuqorida ta'kidlaganimizdek, tadbirkorlik faolligi jarayonida 4 ta omil zarur: **g'oya, texnologiya, ishlab chiqarish vositalari va kapital**. Biroq, yana bir omilsiz tadbirkorlik faoliyatining 5-omili tadbirkorning o'zimiz bu jarayonni amalga oshirish mumkin emas.

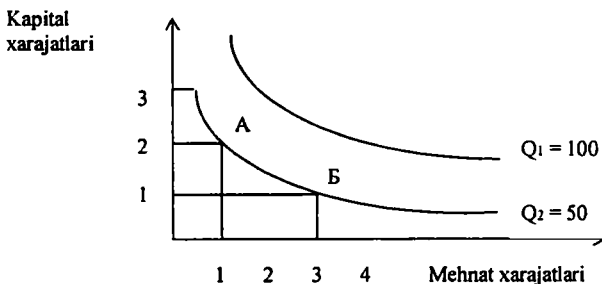
Bundan tashqari, aynan tadbirkor yuqorida biz ko'rsatgan 4 ta ishlab chiqarish omillarini ko'zlagan maqsadga erishish uchun uyg'unlashtiradi va ishlab chiqarish omillarini uyg'unlashtirish esa – bu ishlab chiqarish jarayonidir.

Aynan ishlab chiqarish omillarini samarali uyg'unlashuvini amalga oshirish tadbirkor malaka darajasi ko'rsatkichi sifatida maydonga chiqadi. Shu nuqtayi nazardan qaraganda, tadbirkorlik faolligini amalga oshirish jarayonini biz quyidagicha tasvirlaymiz: (3.3.1- chizma)



3.3.1 - chizma. *Ishlab chiqarish omillari.*

Ishlab chiqarish omillarini uyg'unlashuvi muammosi ishlab chiqarish va xarajatlar nazariyasida ko'rib chiqiladi. Bu firmani boshqarishning asosiy tamoyili hisoblanadi. Ishlab chiqarish va xarajatlar nazariyasi ishlab chiqaruvchi mahsulot hajmi va mumkin bo'lgan ishlab chiqarish omillarining har xil aralashuvlari bog'liqligini ifodalaydi. Bunday o'zaro bog'liqlikni aniqlash uchun grafik usuli qo'llaniladi. Bir xil mahsulot ishlab chiqarish hajmini ta'minlovchi ishlab chiqarish omillarining har xil kombinatsiyalarini ifodalovchi eng qulay, izokvantalar quriladi. Bunda koordinata o'qlarida ma'lum davr oralig'idagi ishlab chiqarish omillari darajalari ifodalangan (3.3.2 - chizma).



3.3.2- chizma. Kapital va mehnat xarajatlarining uyg'unlashuv izokvantasi.

Grafikda ikkita izokvanta tasvirlangan. Pastki izokvanta $Q_1=50$ tovar birligi hajmdagi mahsulot ishlab chiqarish uchun mumkin bo'lgan kapital va mehnat xarajatlarining uyg'unlashuv shakllarini ifoda etadi. Keltirilgan grafikka ko'ra, 50 ta mahsulotni ikki xil variantda sarf - xarajatlar bilan ishlab chiqarish mumkin: 2 kapital birligi va 1 mehnat birligi hamda 1 kapital birligi va 3 mehnat birligi. Yuqorisi izokvanta $Q_2=100$ tovar birligi ishlab chiqarish uchun sarflarni ifodalaydi.

Mavzuga oid tayanch iboralar

Tadbirkorlik faoliyati, investitsiyalar, kapital, xarajatlarni minimallashtirish, kapitalning tashkil etuvchi elementlari, daromadlarni maksimallashtirish, intellektual mulk, «yashirin sherikchilik aloqalari mexanizmi», kapital aylanishi, ishlab chiqarish xarajatlari, qarz, kredit, loyihani qoplanuvchanligi, ssuda, foyda normasi va miqdori, ipoteka, amortizatsiya, veksel, investitsiyalash, fondlarga qaytim, izokvanta.

Mavzuni o'rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. Bugungi kunda O'zbekistonda dastlabki tadbirkorlik kapitalini shakllantirishning qaysi usullari mavjud va ulardan qaysilarini nisbatan istiqboliroq deb hisoblaysiz va nima uchun?

2. «Yashirin sherikchilik aloqalari mexanizmi» tamoyilining maqsadi nimadan iborat va siz uni bugungi sharoitda qo'llay olasizmi?

3. Siz yangi ish boshladingiz. Fondlarga qaytimni hisob-kitob qilasizmi?

4. Mehnat xarajatlari va mehnatning fondlar bilan qurollanganligini ko'rsatuvchi izokvantani ko'ring (fondlar bilan qurollanganlik moddiy ishlab chiqarishda band bo'lgan har bir kishiga to'g'ri keluvchi ishlab chiqarish fondlari miqdori; u ishlab chiqarish fondlarining 1 yillik o'rtacha qiymatini ishlab chiqarishda fondlarning o'rtacha soniga nisbati sifatida aniqlanadi). Zarur ma'lumotlarni ixtiyoriy ravishda oling.

5. Foyda normasi qanday aniqlanadi?

6. Ishlab chiqarish omillari va ularning mohiyati nimadan iborat?

7. Amortizatsiya ajratmalarini hisoblashning qanday usullari mavjud?

8. Kredit va ssudalarning tasnifi qanday?

IV bob. TADBIRKORNING TADBIRKORLIK G‘OYALARINI TANLASH, TAHLIL QILISH VA AMALGA OSHIRISH BO‘YICHA FAOLIYATI

4.1 G‘oyalarni to‘plash, tahlil qilish mazmuni va usullari

Tadbirkorlikda eng katta taqchillik – bu yangi g‘oyalardir. Ishlab chiqarish jarayonini tashkil etishda talab qilinadigan eng arzon resurslar bu g‘oyadir. Tadbirkorlik g‘oyasiz umuman bo‘lmasligi mumkin. G‘oyalar real va noreal, samarali va zararli, muvaffaqiyatli va muvaffaqiyatsiz bo‘lishi mumkin.

G‘oyalarni qanday to‘plash tadbirkorlikning turlariga kirmaydi. Lekin tadbirkor bo‘lish uchun, kishi hech bo‘lmaganda «yot» g‘oyalarni olmasligi va o‘z g‘oyalariga ega bo‘lishi kerak. G‘oyalarni tahlil qilish baholash va amaliyotga joriy etishga ko‘maklashish maslahatchilarning kasbiy faoliyati hisoblanadi.

Rivojlangan g‘arb davlatlarida nafaqat tadbirkorlikni muhimligi tashviqot qilinadi, balki maxsus jurnallarda g‘oyalar ham e‘lon qilinadi, ommalashtiriladi. Masalan, AQSHda «entrepreneur» («tadbirkor») jurnali chop qilindi va unda nafaqat g‘oyalarni tatbiq qilish, muvaffaqiyatli g‘oyalar to‘g‘risida ma‘lumot beriladi, balki yangi g‘oyalar, sirlar va ularning mazmuni, amaliyotda qo‘llash yo‘llari keltiriladi.

G‘oyalarni shakllantirish, to‘plash, tanlash va tahlil qilishning mohiyati tadbirkorning quyidagi ehtiyojlari va ishtiyoqlarida namoyon bo‘ladi:

- ishlab chiqarishni doimiy qayta yangilashga intilish;
- samarali g‘oyalarni «qo‘ldan chiqarish» xavfi;
- ishlab chiqarish va sarmoyani kengaytirishga intilish.

Yangi tadbirkorlik g‘oyalarni shakllantirish – bu yangi tovar (xizmat)larni hozirda yoki kelajakda ishlab chiqarishga olib keluvchi obyektiv shartlardir.

Yangi tadbirkorlik g‘oyalarni shakllantirish manbalari deganda quyidagilar tushuniladi:

- tovar bozori;
- iqtisodiy ishlab chiqarish tizimidagi geografik yoki tarkibiy o‘zgarishlar ;

- faoliyat yutuqlari;
- ishlab chiqarilayotgan tovar bilan mahsulotining qo‘llanishini yangi imkoniyatlari;
- iste‘molchi tomonidan anglanmagan tadbirkor tomonidan topilgan iste‘molchining qondirilmagan ehtiyojlari. Tovar bozorini tahlil qilar ekan tadbirkor qaysi tovar taqchil, qaysi tovar bilan bozorga kirib borsa bo‘ladi, aynan qaysi tovarni ishlab chiqarganda foyda eng yuqori bo‘ladi degan savollarga javob topishga harakat qiladi.

Ijtimoiy ishlab chiqarish tizimidagi geografik yoki tarkibiy o‘zgarishlarni tahlil qilganda tadbirkor quyidagilarga asosiy etiborini qaratadi:

- a) tovar, uning qismlarini yoki tovarni to‘liq ishlab chiqarish jarayoni;
- b) tovarni ishlab chiqarishdan iste‘molchiga tomon harakatlanish «yo‘nalishi» va manbalari;
- d) iste‘molchiga tovarni taklif qilish shakli.

Tadbirkor bunda qaysi tovar qaysi davlatda ishlab chiqarayotganligi yoki yo‘qligiga e‘tibor berib, bu uzilish bo‘shliqlarini to‘ldirishga harakat qiladi. Masalan, mustaqillikni dastlabki yillarida milliy va xorijiy tadbirkorlar respublikamiz bozorini turli xil makaron mahsulotlari, pecheniy, shokolad, saqich kabi o‘zimizda ishlab chiqarish mumkin bo‘lgan past sifatli import mollari bilan to‘ldirib tashlashdi va oqibatda katta miqdordagi qattiq valutalar respublikamizdan tashqariga oqib keta boshladi. So‘ngra mahalliy tadbirkorlarimiz o‘zimizda ushbu tovarni ishlab chiqara boshlagach, bu tovarlarga bo‘lgan bo‘shliq to‘ldirildi.

Tovami yetkazib berish shartlari, yo‘nalishi ham tadbirkorlikda alohida ahamiyatga ega, chunki bular bevosita tovarning bahosiga, raqobatbardoshligiga ta‘sir etadi.

Iste‘molchining anglanmagan, qondirilmagan ehtiyojlarini yoki tadbirkor topgan ehtiyojlarini tushuntirish uchun misollarga murojaat etish kifoya. Hozirgi vaqtda qo‘ng‘iroq qilgan abonentni aniqlovchi ANA (avtomatik nomer aniqlagichlar) keng tarqalgan. ANA ishchi kompyuter bo‘lib, uning element bazasida protsessor yotadi. U 1960-yillarda raketa texnikasi uchun maxsus yaratilgan. Vaqt o‘tishi bilan bu texnika eskirdi va faqat raketasozlikda qo‘llanildi. Biroq protsessor ishlab chiqarishdan olib tashlanmadi, ya‘ni qator tadbirkorlarning fikri bo‘yicha u maishiy texnika ishlab chiqarishda va ANA ishlab chiqarishda qo‘llanila boshlandi.

4.2. G'oyalarni tanlashga ta'sir etuvchi asosiy iqtisodiy va texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlar

Shuni alohida ta'kidlash kerakki, yangi g'oyalarni shakllantirish manbai bo'lib ko'pincha oldindan mavjud tovarlar maydonga chiqadi. Aynan mana shu tovarlar uchun keng ishlatilish sohalari mavjud. Masalan, oldin oddiy muzqaymoq ishlab chiqarilgan, keyin esa qo'shimcha ta'm beruvchi shokoladli muzqaymoq, qulupnayli, olmali, malinali, apelsinli muzqaymoqlar va hokazolar ishlab chiqarila boshladi.

Har qanday tahlil qilinaётgan, amalga oshirilayotgan tadbirkorlik g'oyasi iqtisodiy jihatdan asoslanishi kerak.

U yoki bu g'oyani iqtisodiy samaradorligini quyidagi jadvalda keltiriladigan uslub bo'yicha aniqlanadi (4.1.1 - jadval).

Tadbirkorlik g'oyasini aniqlashga ta'sir etuvchi asosiy iqtisodiy va texnik - iqtisodiy ko'rsatkichlar

4.1.1- jadval

№ T/b	Mazmuni	Dastlabki kapitalga ehtiyoj	Foyda normasi	Qoplash muddati yillarda	Ishlab chiqarishning mumkin bo'lgan ko'rsatkichlari	Strategik maqsad	Ball
1.	...	100	25	4	50	I/ch	6
2.	...	120	20	5	70	I/ch	7
3.		150	15	7	1000	Bozorni egallash	10

Albatta, bu jadvalga biroz izoh kerak. Foyda normasini (F_n) quyidagi formula bo'yicha aniqlanadi:

$$F_n = B_t - I_x / K_{avk} * 100\%$$

bu yerda, B_t – tovarning ko'zda tutilgan bahosi; I_x – tovarning ko'zda tutilgan ishlab chiqarish xarajatlari; K_{avk} – avanslangan kapital yoki dastlabki kapitalga ehtiyoj.

Bir qarashdan tahlilni «qoplash muddati» ustunida to'xtatasa yetadigandek ko'rinadi, ammo bu «sayoz» iqtisodiy hisob-kitob bo'lar edi, chunki, bu yerda tadbirkorning strategik maqsadi e'tiborga

olinmagan. Aynan, ana shu tadbirkorda maxsus qiziqish uyg'otadi. Shuning uchun ham, bizning jadvalimizda, 1-g'oya eng qisqa muddatda qoplanganiga qaramasdan, biz uzoq muddatda qoplanadigan 3-g'oyaga e'tibor qaratamiz. Chunki, aynan 3-g'oya bozorni egallashga, ya'ni yirik ishlab chiqaruvchi (monopoliya emas) va bozorga shu tovar yetkazuvchisi bo'lish imkonini beradi.

Boshqacha aytganda, tadbirkorlik g'oyalarini tahlil qilish va tanlashda eng asosiy rolni tadbirkorlik xarajatlarini negizini tashkil etuvchi moliyalash manbai o'ynaydi.

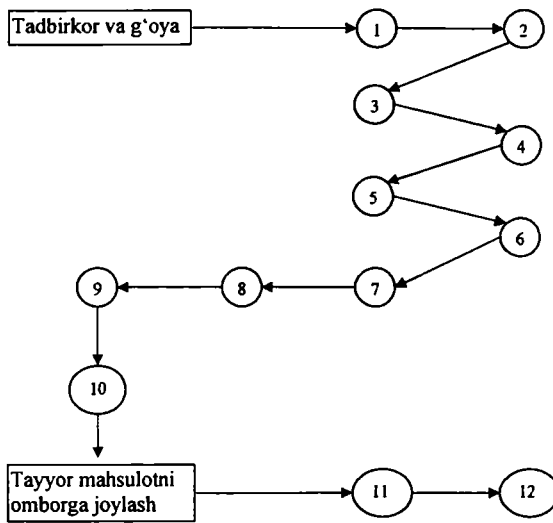
4.3.Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish loyihalarini ishlab chiqish variantlari

Yuqorida ta'kidlaganimizdek, tadbirkorlik har doim qandaydir g'oyaga asoslanadi. Ammo, istalgan bir g'oya tadbirkorlikni o'z o'zidan rivojlanishiga olib kelmaydi. G'oyalar, har doim ham mutloq yangiligi bilan farqlanadi. Eng muhimi, tadbirkor g'oya asosida yotuvchi tovarni bozorga birinchi taklif qilishidir. Lekin, bu har doim ham birinchi bo'lib nasib qilmaydi. Bu holda eng muhimi:

- a) tovarni to'liq namoyon qilish;
- b) buyurtmachilar bilan yaxshi munosabatlarni saqlash;
- d) nafaqat tovarni, balki mutaxassislar xizmatini (masalan, yangi olib kelgan uskunani o'rnatish va unga xizmat ko'rsatish) taklif qilish;
- e) iste'molchiga tovarni yetkazishning eng samarali usulini tanlash(balki tovarni sotmaslik, ijaraga berish samarilidir);
- f) yangi tovarni ishlab chiqarish uchun xarajatlarning eng samarali darajasi va hajmini aniqlash;

Albatta, har bir tadbirkor g'oyani amalga oshirish usullari, texnikasini tanlaydi va ishlab chiqadi. Tadbirkor g'oyani amalga oshirishga tayyor bo'lganda, birinchidan, u g'oyani amalga oshirishni umumiy tarxini tuzadi.

Misol uchun, bizda yozuv stollarini ishlab chiqarish g'oyasi bor. Bizni darhol nima qilish kerakligi, ya'ni qanday qilganda sotishga tayyor yozuv stollariga ega, omborlariga ega bo'lishimiz mumkin degan savol qiziqtiradi. Agar biz ishni «noldan» boshlayapmiz deb faraz qilsak, u holda chizma quyidagicha bo'ladi:



4.3.1- chizma. Yozuv stollarini tayyorlash bo'yicha g'oyani amalga oshirishning umumiy chizmasi.

Chizmaga izoh:

1- ishlab chiqarish texnologiyasini tanlash va texnik hujjatlar bi-lan ta'minlash ;

2- ishlab chiqarish quvvatlarini joylashtirish to'g'risidagi masala-ni hal qilish (qanday binoda, qanday sharoitlarda tadbirkor binoni band qiladi - sotib olish, ijaraga olish shartlari bilan va h.k);

3- qaysi texnika va uskunalarni ishlab chiqarish jarayonini normal tashkil etish uchun qayerdan sotib olish kerak;

4- ishlab chiqarishni tashkil etish uchun qanday xomashyo talab qilindi va u qayerdan olinadi degan masalani hal qilish;

5- ishlab chiqarish uchun qanday yordamchi unsurlar kerak bo'ladi (mix, kley, bo'yoq, va h.k) va ular qayerdan sotib olinadi;

6- ishlab chiqarish jarayoni uchun qanday mutaxassislar kerak bo'ladi va ular qanday shartlarda jalb qilinadi degan masalani hal qilish;

7- bu g'oyani amalga oshirish bilan bog'liq ishga kim boshchilik qiladi degan masalani hal qilish ;

8- asosiy va aylanma kapital uchun qo'yilmalar qayerdan, qanday shartlarda olinadi degan masalani hal qilish;

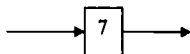
9- mazkur loyiha uchun ishlab chiqarishni boshqarishning qanday tizimi tanlanadi degan masalani hal qilish;

10- loyihani amalga oshirishning mukammal rejasini tayinlashga aynan kim javob beradi degan masalani hal qilish;

11- tayyor mahsulotni sotishning qanday tizimi tanlanadi, kimlar aynan shu mahsulotni iste'molchilari bo'ladi va qanday shartlarda, mahsulot qanday yetkazib beriladi (naqd, kredit, chakana, ulgurji va h.k.) degan masalalarni hal qilish;

12- tayyor mahsulotni sotish masalasiga aynan kim javob beradi degan masalani hal qilish.

Ba'zi paytlarda tadbirkorlarda barcha pozitsiyalar bo'yicha javob, yechim tayyor bo'lishi mumkin. Bunday holda, tadbirkor aynan o'ylantiradigan pozitsiyani, ya'ni yechimini topish kerak bo'lgan pozitsiyani belgilab oladi, masalan, quyidagicha chizma bo'ladi:



4.3.2-chizma. G'oyani amalga oshirish imkoniyatlarini izlash va anglash.

Biz bu yerda 4.3.1-chizmadagi 7-pozitsiyani qo'shimcha kvadrantga oldik, sababi aynan ushbu holatda biz nima qilishni o'ylanib qoldik.

Biz tadbirkorda tug'ilgan g'oya loyahasini amaliyotda qo'llash uchun ishlatish mumkin bo'lgan, boshlovchi tadbirkorlar uchun turli treninglarda foydalanish mumkin bo'lgan quyidagi anketani taklif qilamiz. Undagi 10 ta savolga javob berish, g'oya mazmunini to'la tushunish va uni hayotiyilgini, samaradorligini tushunishga imkon beradi.

A N K E T A:

1. Sizning g'oyangiz qanday? Nimani ishlab chiqarishga, tashkil etishga intilayotganingizni to'la tushuntiring?

2. Siz o'z tovar va xizmatlaringizni kimga sotmoqchisiz?

3. Siz kim bilan raqobatlashmoqchisiz? Siz ishlab chiqarmoqchi bo'lgan tovarni yana kim sotayotganini yoki sotmoqchi ekanligini bilasizmi?

4. Sizning korxonangiz ishini kim ta'minlaydi? Kim uni boshqaradi? Kim mahsulot ishlab chiqaradi? Siz o'zingizni qaysi vazifada ko'rasiz? O'z g'oyangizni amalga oshirish uchun sizga qancha sherik va ishchilar yollash kerak?

5. Siz mahsulotni qanday qilib sotmoqchisiz? Siz uni o'zingiz ishlab chiqarasizmi yoki odam yollaysizmi? Siz mahsulotni ishlab chiqarishni yoki iste'molchiga yetkazib berishni qanday tashkil etmoqchisiz?

6. Siz o'z mahsulotingizga qanday baho belgilaysiz? Uni bu bahoda sotib oladilarmi? Siznikiga o'xshash boshqa tovarlar qancha bahoda sotilayotganini bilasizmi?

7. Siz iste'molchilarni qanday jalb qilmoqchisiz?

8. Sizni tovaringizni ishlab chiqarish qanchaga tushadi?

9. Yuklash-tushirish xarajatlar qanday bo'ladi? (ishchilarga maosh, idora jihozlari, binoning ijara haqi, telefon, pochta, reklama va boshqa xarajatlar).

10. Sizga o'z biznesingizni boshlash uchun huquqshunos, hisobchi, kotiba, sug'urta agenti, dizayner xizmatlari kerakmi? Bu xizmatlar qanchaga tushadi?

Barcha pozitsiyalar bo'yicha tadbirkorga umumiy chizma aniq bo'lgandan keyin, tadbirkor loyihani amalga oshirishning aniq hisob - kitoblariga o'tadi.

Bugungi sharoitda ko'pchilik davlatlardagi kabi O'zbekistonda ham, tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish jarayonini hujjat jihatidan rasmiylashtirish uchun ikki xil variant **biznes reja** yoki **texnik iqtisodiy asosnoma** qo'llaniladi.

Biznes - reja amalga oshirishga mo'ljallangan qandaydir tadbirkorlik g'oyasini chuqur asoslash tamoyillarini ifoda etadi.

Biznes - reja qandaydir tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirishda zarur bo'ladigan barcha chora - tadbirlari va ularni moliyaviy ta'minlash bilan bog'liq tadbirlar chizmasini ko'zda tutadi. Biznes - rejani ikkinchi maqsadi g'oyani amalga oshirishdan keladigan daromad, foyda (zarar) darajasini aniqlashdir. Ko'pchilik hollarda biznes-rejani 3 ta mustaqil rejaga ajratiladi:

– g'oyani amalga oshirishni umumiy chizmasini nazarda tutuvchi biznes-rejaning o'zi;

– g'oyani amalga oshirishni real negizini ko'rsatuvchi marketing rejasi;

– g'oyani amalga oshirishni boshlang'ich bosqichi uchun moliyaviy resurslar mavjudligidan dalolat beruvchi moliyaviy reja.

Biznes - reja o'z ichiga 6 ta asosiy bo'limlarni oladi:

1. Ishbilarmonlik tamoyili (umumiy tavsif).

2. Reklama.

3. Ishni amalga oshirish jadvali.
4. Maqsadlar to'plami.
5. Marketing tadqiqotlari.
6. Moliyaviy yakun.

1-bo'limda, g'oyani va uni amalga oshirish shakllarini qisqacha tavsifi keltiriladi. Masalan, siz yumshoq bolalar o'yinchog'ini ishlab chiqarishni boshlashga qaror qildingiz. U holda siz 1 bo'limda quyidagicha yozasiz:

Yumshoq bolalar o'yinchog'i - «Mohinur» qo'g'irchog'ini ishlab chiqarish rejalashtirilyapti. Bunday qo'g'irchoqlar bugungi kunda juda kam miqdorda ishlab chiqarilyapti, ko'proq chetdan keltirilyapti, ularni do'kondan sotib olish ancha mushkul.

Firma tomonidan ishlab chiqilgan model bozorga chiqarilayotgan analoglardan ancha afzal tomonlari bilan farqlanadi. Taklif qilinayotgan model o'zining chiroyli dizaynni, jalb qiluvchi ko'rinishi, bo'yoqlarining yorqinligi bilan oldingilardan farqlanadi.

2 - bo'limda, qandaydir bir reklama kompaniyasi uchun asos bo'ladigan bosh g'oyani shakllantirish mumkin. Bu bo'limni taxminan quyidagicha ko'rinishda ifodalash mumkin:

Sizning qizingiz «Mohinur» qo'g'irchog'i haqida orzu qilmoqda. S'z buni bilasizmi?

3-bo'limda, o'z g'oyasini ro'yobga chiqarish uchun tadbirkor amalga oshirish zarur bo'lgan barcha chora tadbirlar ro'yxati ko'rsatiladi. Bu bo'limda tadbirlarni amalga oshirish va yakunlash muddatlari ham ko'rsatiladi. Bundan tashqari, ushbu bo'limda ko'zda tutiluvchi ish rejimi yoziladi. *Masalan:*

Ishlab chiqarishni boshlash uchun quyidagilarni amalga oshirish zarur:

a) ishlab chiqarishni joylash uchun binoni ijaraga olish to'g'ri sida sharnoma tuzing;

b) X firma bilan ishlab chiqarish jarayonida asbob - uskunalaridan foydalanish to'g'risida lizing kelishuvini tuzing;

d) ishlab chiqarish uchun talab qilinadigan xomashyoni yetkazib berish to'g'risida shartnoma tuzing.

Ish haftada besh kundan ikki smenada tashkil etiladi va 12 ta kishi ishlaydi (1-smena 6.30 dan 15.00 gacha, 2-smena 15.00 dan - 23.30 gacha).

4 - bo'limda uzoq va qisqa muddatli maqsadlar ko'rsatiladi. Bunday holda biznes-rejaga quyidagicha yozuvni kiritish mumkin:

Firmaning qisqa muddatli maqsadi bolalar o'yinchoqlari bozorining ma'lum qismini egallashdir. Uzoq muddatli maqsadi - ishlab chiqaruvchi tovarni sotishdan kelgan foydalarni yig'ish va uni boshqa turdagi bolalar o'yinchoqlarini ishlab chiqarishni tashkil etishga investitsiya qilish (elektron o'yinchoqlar).

5 - bo'lim, alohida ahamiyatga ega bo'lib, unda 4 ta narsaga e'tibor qaratiladi:

- *raqobat*;
- *iste'molchilar toifalari*;
- *ishbilarmonlik iqlimi*;
- *muhit, mehnat bozori*.

Raqobat bilan bog'liq muammolarni qarab chiqqan paytda, tadbirkor nafaqat real mavjud raqobatchilarni (xuddi shunday tovar ishlab chiqarayotgan), balki aynan shunday tovar bilan bozorga chiqishga harakat qilayotgan potensial raqobatchilarni aniqlashi, faoliyatini tahlil qilishi lozim. Bunday axborotga ega bo'lish tadbirkorga o'z taktika va strategiyasini to'g'ri belgilab olishga imkon beradi. Shuni aytish zarurki, tadbirkor raqobatchilar to'g'risida qancha ko'p axborotga ega bo'lsa, unga o'z ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish va bozorda harakat qilish shuncha oson bo'ladi. Bunday holda quyidagicha yozuvni qayd qilib qo'yish mumkin:

Raqobat zaif holatda bozorga faqat A firmasi tomonidan chiqariladigan qo'g'irchoqlar keltiriladi. Biroq, bu firma bozor umumiy talabining 15 foizinigina qondiradi. To'g'ri, mavjud ma'lumotlarga ko'ra, B firma bir oy ichida tashkiliy ishlarni tugatib xuddi shunday tovar bilan bozorga chiqmoqchi. Shunday bo'lsa ham, ular birgalikda bozor umumiy talabining 40 % inigina qondiradilar.

Biznes - rejada iste'molchilar toifalari aniqlanadi: Iste'molchilar umumiy soni, ulardan shu tovarni xarid qilishi mumkin bo'lgan iste'molchilar soni va xaridlarning davriyligi. Bu esa tadbirkorga ishlab chiqarishning taxminiy miqdoriy ko'rsatkichlarini va ishlab chiqariluvchi mahsulotning zaruriy davriyligini aniqlashga imkon beradi. Biznes-rejaning bu qismini shunday yozish mumkin:

G'oya asosida yotuvchi tovarning salohiyatli xaridorlari uch yoshdan o'n ikki yoshgacha bo'lgan qizchalarning ota - onalari bo'lishi mumkin. Ular sotish hududida 10 mingga yaqin deb hisoblanmoqda. Birinchi bosqichda umumiy iste'molchilarning 20 foiziga yaqini, ya'ni 2 mingi tovar xarid qilishi mumkin. Xuddi shu raqamga kelgusida ham tayanish mumkin va bunda demografik statistika ma'lumotlari ham

e'tiborga olinadi. Zaxiralar yangi bozorlarni tashkil qilish tufayli vujudga keladi. Yangi bozorlarni hisobga olganda umumiy ehtiyoj yiliga 6 ming qo'g'irchoqni tashkil etadi. Baholashlarga ko'ra, eng kamida 60 foiz oilalar yilda bir marta yangi qo'g'irchoq sotib oladi. Bundan kelib chiqadiki, yangi modeldagi qo'g'irchoqlarni yiliga 3,6 mingdan kam bo'lmagan miqdorda ishlab chiqish mumkin.

Tadbirkor ishbilarmonlik iqlimi tadqiq qilar ekan, albatta, jamiyatda mavjud umumiy holatga e'tibor qaratadi. Xulosa shunday bo'lishi mumkin - ishbilarmonlik iqlimi qulay yoki noqulay. Turg'unlik davrida xulosa shunday bo'ladi - ishbilarmonlik iqlimi ta'sirsiz. Ishbilarmonlik iqlimi, muhitiga baho berishda raqobat darajasiga, iste'molchilarning xarid qobiliyatiga va hokazolarga e'tibor qaratiladi.

Mehnat bozorini tahlil qilishda zarur malaka darajasida talab qilinuvchi ixtisosdagi ishchilarni jalb qilishga qaratiladi va biznes-rejada ularni qayta tayyorlab olish yoki tayyor xodimlar olish kabi ko'rsatiladi.

Eng oxirgi 6 - bo'limda quyidagilar ko'rsatilishi zarur:

a) amalga oshirilgan va tekshirilgan barcha tadbirkorlik hisob - kitoblarini bayon qilish.

b) ko'zda tutilayotgan foyda normasi va miqdorini, samaradorlik darajasini va loyihani qoplanish muddatini aniqlash.

Dastlab bu bo'limda ishlab chiqarish xarajatlari ko'rsatiladi:

1. Ishlab chiqarishni joylash uchun bino ijarasi.

2. Lizing sharnomasiga ko'ra foydalanilayotgan asbob-uskunalar uchun to'lovlar.

3. Xomashyo uchun to'lovlar.

4. Yuk xarajatlari (elektr energiya, suv ta'minoti, kanalizatsiya, transport xarajatlari).

5. Ish haqining umumiy fondi.

6. Soliq va boshqa majburiy to'lovlar.

7. Sug'urta ajratmalari.

Barcha hisob - kitoblar ma'lum bir tovarlar miqdoriga nisbatan amalga oshiriladi (masalan, 1000 tovar birligi). Keyin ko'rsatilgan tovarni sotganda olish mumkin bo'lgan yalpi daromad va xarajatlar hisoblanadi. Daromad va xarajatlar o'rtasidagi farq (pul ko'rinishida), olish mumkin bo'lgan foyda miqdorini ko'rsatadi.

Ushbu bo'limda moliyalashtirish manbasiga alohida e'tibor qaratiladi. Zarur ishlab chiqarish xarajatlari hajmini tashkil etuvchi miqdor tadbirkor tomonidan avanslangan bo'lishi kerak. Biroq, bunday avanslashning manbasini aniq bilish zarur (tadbirkorning shaxsiy

kapitali, bank yoki boshqa firmadan olingan ssuda yoki kredit va hokazolar). Ushbu bo'lim biznes - rejani taklif qilinayotgan loyihaning moliyaviy to'lovga qobilligi to'g'risidagi xulosa bilan yakunlanadi.

Biznes-rejani ishlab chiqarish bilan firmaning maxsus xodimlari shug'ullanishi mumkin. Ammo, shunday bo'lgan holda ham ish g'oya muallifi-tadbirkorning bevosita rahbarligida amalga oshiriladi. Ko'pincha, so'zsiz tadbirkor yangi ish boshlagan paytda biznes-rejaning dastlabki kirish qismini g'oya yoki loyiha muallifi tadbirkorning o'zi qiladi.

Biznes-reja quyidagi ketma-ketlik asosida ishlab chiqilishi mumkin:

1. Sizing biznesingizning predmeti qanday?

1.1. Korxonangizni tashkil etishning maqsadi qanday (tovar, xizmatlar)?

1.2. Sizing tadbirkorlik faoliyatingiz mahsulotini ijtimoiy ahamiyati nimalarda ifodalanadi?

1.3. Sizing tovaringiz (xizmatingiz) oldindan bozorda mavjud o'xshash tovarlardan nimasi bilan farqlanadi?

1.4. Siz o'z tovaringiz uchun huquqiy javobgarlikni zimmangizga olasizmi?

1.5. Sizing tovar (xizmat)ingiz davlat andozalariga mos kelishi kerakmi?

1.6. Sizing tovar hayotiy muddatga (siklga) egami? Yangi texnologiya paydo bo'lishi, rasm va iste'molchi didi o'zgarishi bilan u eskirishi mumkinmi?

2. Bozor tahlili. Sizing mahsulotingizning potensial xaridori kimlar bo'lishi mumkin (alohida mijoz, xaridor, muassasa, davlat tashkilot, ommaviy xaridorlar va hokazolar)?

2.1. Sizing faoliyatingiz mahsulotiga potensial talab qanchalik katta?

2.2. Bozorda siz qanday o'rinni egallamoqchisiz?

2.3. Siz uchun potensial xaridoringiz, mijozingizning nimasi muhim ahamiyat kasb etadi (jinsi, yoshi, kasbi, daromadi va boshqalar)?

2.4. Sizingcha, nima uchun aynan sizni tovar (xizmat) ni sotib olishni istashadi?:

a) u iste'molchilarni ma'lum muammolarini hal qiladi (aynan qanday)?

b) u pulni tejaydi yoki foyda beradi?

d) u kishilar xatti - harakatlariga, odatlariga kirib ketgan?

2.5. Mahsulotingiz (xizmat) bozorda mavjud tovarlardan qanday ustunliklarga ega?

2.6. Tovarni siz qanday sotasiz (maxsus firma do'konlari, ulgurji savdo, auksion, yarmarkalar va hokazolar)?

2.7. Siz o'z mahsulot (xizmat)ingiz bozorini qanchalik o'rgandingiz?

2.8. Tovaringizni sotishda reklamani qanday tashkil etmoqchisiz (ommaviy axborot vositalari, ko'rgazmalar, to'g'ri reklama, reklama agentliklari xizmati va boshqa)?

3. Sizning mahsulot (xizmat)ingizni ishlab chiqarish tannarxi qanday?

3.1. To'g'ri xarajatlar qanday?

3.2. Mahsulotingizga qanday baho qo'yasiz?

3.3. Qanday bahoda mahsulotingiz rentabel bo'ladi?

3.4. Qanday foyda kutiladi?

4. Ishlab chiqarish rejasi. O'z tovaringizni qanday ishlab chiqarasiz?

4.1. Mahsulotingizni ishlab chiqarish uchun qanday bino va asbob-uskunalar kerak bo'ladi? Siz binoni ko'rasizmi, ijaraga olasizmi, sotib olasizmi va bu qancha turadi? Asbob - uskuna sotib olish yoki ijaraga olish xarajatlari qanday?

4.2. Ish boshlash uchun mablag'ingiz yetadimi yoki kredit olishni ko'zlayapsizmi? Kreditning birdaniga hammasini olmoqchimisiz yoki bo'lib - bo'lib olmoqchimisiz? Siz uchun kim kafil bo'ladi?

4.3. Tovarni to'laligicha o'zingiz ishlab chiqarasizmi yoki bir qismini boshqa birov ishlab chiqaradimi?

4.4. Sizning yetkazib beruvchilaringiz kimlar? Ular ishonchlimi? Ular bilan munosabatlarni qanday rasmiylashtirdingiz?

4.5. Ishlab chiqarish samarali bo'lishi uchun qancha kishi yollashingiz kerak? Ularni qanday rasmiylashtirasiz va ularga qancha ish haqi to'laysiz?

5. Boshqarish va tashkil etish rejasi. Biznesingizni kim va qanday boshqaradi?

5.1. Sizning lavozimingiz va vakolatlaringiz doirasi qanday bo'ladi?

5.2. Rejalaringizni amalga oshirish uchun sizda tashkilotchilik qobiliyati bormi? Siz qanday ma'lumotlar va malakalarga egasiz?

Mavzuga oid tayanch iboralar

Tadbirkorlik g'oyasi, biznes-reja, innovatsion g'oya, ishbilarmonlik iqlimi, sherik, ishni amalga oshirish jadvali, raqobatchi, ishbilarmonlik tamoyili, umumiy tavsif, raqobat, sarmoya, texnik iqtisodiy asoslash, reklama, kredit

Mavzuni o'rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. «Bozorga bitta tumbali yozuv stollarini ishlab chiqarib sotish» g'oyasi bo'yicha biznes - reja tayyorlang.

2. «Avtomobillarga keng ko'lamli texnik xizmat ko'rsatish shahobchasini tashkil etish» g'oyasi bo'yicha biznes - reja tuzing.

3. «Non mahsulotlari ishlab chiqarish sexini tashkil etish» g'oyasi bo'yicha biznes -reja tuzing.

4. Biznes – reja qanday qismlardan tashkil topadi?

5. Biznes – rejani amalga oshirish uchun qaysi moliyalashtirish manbalaridan foydalaniladi?

6. O'zbekistonda dastlabki kapitalni shakllantirish uchun tadbirkorlarga qanday imkoniyatlar yaratilgan?

7. Biznes - reja bilan texnik iqtisodiy asosnomani qanday farqli va o'xshash tomonlari mavjud?

8. Iste'molchilarning anglanmagan va anglangan ehtiyojlari deganda nimani tushunasiz?

9. G'oyani amalga oshirish bosqichlari nimalardan iborat?

V bob. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING SUBYEKTLARI

5.1. Tadbirkorning shaxsiy sifatlari va uning sheriklar bilan munosabati

Tadbirkorlik umumiy iqtisodiy va ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarning ajralmas qismini ifoda qiladi. Umumiy iqtisodiy jarayonlar kabi tadbirkorlik faoliyati ham o'z faoliyat doirasiga quyidagicha subyektlarni oladi:

- Ishlab chiqarish jarayoni tashkilotchisi – tadbirkor.
- Iste'molchi.
- Ishchi.
- Sheriklar.
- Davlat.

Biroq, bu yerda tadbirkorlik jarayoni subyektlari umumiy iqtisodiy jarayonlar subyektlaridan farqli ravishda o'ziga xos xususiyatlarga ega. Ishlab chiqarish jarayoni tashkilotchisi sifatida tadbirkor maydonga chiqadi.

Tadbirkor kim va nima uchun kishi tadbirkor bo'ladi? Bu savolga javob har bir muayyan holatdan kelib chiqqan holda har xil bo'ladi. O'zbekistonda o'tish davrida biz iqtisodiyotning nodavlat sektorida faoliyat ko'rsatayotgan istalgan bir ishbilarmon kishini tadbirkor deb ataymiz (tijorat do'koni egasi misol uchun). Ammo, jahon tasnifiga binoan esa bunday kishiga tadbirkor tavsifini umuman qo'llab bo'lmaydi.

Tadbirkorlik faoliyati ilmining dastlabki namoyandalaridan biri bo'lgan Y. Shumpeter tadbirkorni avvalo yangilikka intiluvchi, yangilik kirituvchi deb ta'kidlaydi. «Tadbirkorlar vazifasi, - deb yozadi u, - yangi texnologiyalarni joriy qilib ishlab chiqarishni isloh qilish, rivojlanish, yangi xomashyolar manbalarini topish va shu asosda bozorga yangi mahsulotlar yetkazib berishdan iborat»¹.

Tadbirkorning mavqei shunday bo'lishi kerakki, u ijtimoiy ishlab chiqarishning doimiy «qo'zg'atuvchisi» bo'lishi, undan impulslar chiqib ishlab chiqarishni rivojlantirish chizig'i bo'yicha harakatlanmog'i lozim.

¹ Й. Шумпетер. Теория экономического развития. М., 1982, с. 186.

Shuni ta'kidlash joizki, iqtisodiy faollik, tashabbus bilan odatda davlat emas, balki tadbirkorning o'zi chiqmog'i lozim. Davlat faqat uni tadbirkorlik tashabbusini qo'llab-quvvatlashi yoki bo'g'ishi mumkin. Bugungi kunda O'zbekistonda davlat siyosati tadbirkorlikni yuksak darajada rivojlantirishga qaratilgan (tadbirkorlikni rivojlantirish uchun barcha huquqiy-me'yoriy moliyaviy zamin yaratilgan va h.k.) bo'lib, «tadbirkorlik ko'tarilishlari» uchun aynan tadbirkorlarning o'zlari tashabbuskor, tinib-tinchimas bo'lmog'i lozim. Fikrimizning dalili o'laroq, Respublikamiz Prezidenti I.Karimov «Biz yalpi milliy mahsulot ishlab chiqarishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushini eng kamida 55-60% ga chiqishini ta'minlamog'imiz lozim. Chunki aynan o'rta va kichik biznesni rivojlantirish bilan xalqimizning faravonligini, turmush darajasini ko'tarishimiz mumkin» deb ta'kidlaydi.

Shuning uchun ham, tadbirkorlar o'z sohasini chuqur bilmog'i, yangiliklarga intilmog'i lozim. Ammo, tadbirkorning kashfiyoti bo'lishi yoki tadbirkor faqat o'z kashfiyotlarini amalga oshirishi shart emas, balki u mavjud yangi g'oyalarni qo'llashning usullarini, ularni rivojlantirish yo'llarini bilmog'i lozim. *Misol uchun, mashhur AQSHlik tadbirkor Endreo Karnechi haqiqiy kashfiyotlar muallifi bo'lmagan, lekin u birovlariga tegishli bo'lgan yangiliklarni quyma po'lat ishlab chiqarishda qanday qo'llashni boshqalardan yaxshi bilgan. To'g'ri, boshqa misollar ham bor. Masalan, Genri Ford nafaqat yangi g'oyalarni ishlatishni bilgan, balki ularning muallifi ham bo'lgan.*

Tadbirkorning muhim xususiyati shundaki, u bozor tomonidan yaxshi qabul qilinadigan g'oyalarni amalga oshirishni oldindan bashorat etishi lozim. Bir jarayonda 2 ta narsani birlashtirish qobiliyati yangilikni joriy qilish va bozor ta'sirini bilish – bu tadbirkorning bo'ig'usi muvaffaqiyati garovidir.

Shu nuqtayi nazardan qaraganimizda, tadbirkorlik – bu bozorda qat'iy mavqega ega bo'lishi maqsadida yuksak bitimlarni va aniq bir bozor holatlarini birlashtirish shaklidir. U **fan texnika taraqqiyoti** ning eng so'nggi natijalarini ishlab chiqarishga joriy qilib, yangi iqtisodiy imoratlarni izlab topishni nazarda tutadi.

Dunyoda shunday fikr mavjudki, unga ko'ra istalgan jamiyatda tadbirkorlik qatlami juda «yupqa» bo'ladi. Olimlarning baholashlariga ko'ra, bunday faoliyat bilan yuqori professional darajada ijodkor, tadbirkor aholining 6 - 8 % igina shug'ullanishi mumkin. Chunki, boshqa kasblar kabi tadbirkor ham ma'lum shaxsiy sifatlarga ega bo'lmog'i lozim. Tadbirkor qanday sifatlarga ega bo'iishi kerak?

Dastavval, tadbirkor o'ziga va o'z qobiliyatiga ishonishi talab qilinadi. Chunki, o'ziga, o'z kuchiga ishonmagan kishi nafaqat tadbirkorlikda, balki boshqa sohada ham o'z ishini oxiriga yetkaza olmaydi. Lekin, bu sifatni juda oshirib manmanlik, o'z bilarmonchilik bilan chalkashtirib yubormaslik kerak. Agar tadbirkor o'ziga va o'rab turgan muhitiga real baho bera olsagina, bu xavf kamayadi. Reallik o'z g'oyalarini ekspert baholashni talab etadi. Bir tomondan qaraganda, paydo bo'lgan g'oyani amalga oshirishga shoshmaslik, ikkinchi tomondan esa uni amaliyotga tatbiq etishni sekinlashtirmaslik lozim. Bunday ziddiyatli holdan chiqishni yagona yo'li mavjud: istalgan g'oya tom ma'noda «yetilmog'i, pishmog'i» lozim.

Tadbirkor o'z g'oyasini kamdan-kam hollarda yakka o'zi amalga oshiradi. Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish jarayoniga samarali ta'sir ko'rsatuvchi «zarur jamoani» tashkil eta olgan kishigina raqobatda yutadi. Shuning uchun ham, tadbirkor qanday ixtisosdagi mutaxassislar kerak, ular qanday sifatlarga ega bo'lishi lozim, ular men chizgan ruhiy muhitga kirisha oladilarmi degan murakkab masalalarni hal qilishi kerak.

Biznes bilan odam shug'ullanadi va ixtiyoriy faoliyatdan keladigan samara ham odamlarga, ayniqsa, mehnat qilish madaniyatiga bog'liq. Masalan, yaponlarning aytishicha, ularning «iqtisodiy mo'jizasi» negizida nafaqat fan, **fan - texnika taraqqiyoti** yutuqlari, balki mehnat qilish madaniyatining o'zgarishi yotibdi va buning uchun ularga 30 yil kerak bo'ladi.

Tadbirkorlikning shaxsiy tavsiflari uning ishbilarmonlik sifatlari asosini tashkil qiladi. Zamonaviy talablarga mos ishbilarmonlik sifatlari o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- kompaniyalarni oldi-sotdi yo'li bilan yoki yangi ishlab chiqarish tuzilmalarini shakllantirish yo'li bilan qulay tashkiliy tuzilmalarini tashkil etish qobiliyati;
- bozorda bo'layotgan yoki bo'lishi mumkin bo'lgan holatni to'g'ri baholash qobiliyati, bozorning «havoda osilib turgan», bo'sh ehtiyojlarini aniqlash, ularni to'la, qisman qondira bila olish qobiliyati;
- marketing tadqiqotlari natijalaridan kelib chiqqan holda dastlabki tadbirkorlik hisob-kitoblarini amalga oshira bilish;
- daromadni va iste'molchi istaklarini qondirishni minimallashtirishga asoslangan tadbirkorlik qarorlarini qabul qilishga tayyorgarlik qobiliyati;

- tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishga rahbarlik qilish va qo‘l ostidagilarni, sheriklarni, hamkasblarni ushbu loyiha uchun samarali ishlashlarini rag‘batlantiruvchi chora-tadbirlarni ishlab chiqish qobiliyati.

Shunday qilib, **tadbirkorlik** – bu foyda (tadbirkorlik daromadi) keltiruvchi tovarni ishlab chiqarish va bozorga yo‘naltirish bo‘yicha mustaqil faoliyat, mustaqil ish tashabbuskorligini ifoda etadi. **Tadbirkor** deganda tadbirkorlik daromadi keltirishi mumkin bo‘lgan tovarni ishlab chiqarish va bozorga yo‘llash bo‘yicha mustaqil innovatsion tadbirkorlik qarorlarini qabul qiluvchi va ongli ravishda iqtisodiy tavakkal qiluvchi ishbilarmon kishi tushuniladi.

Bozor sharoitida tadbirkordan boshqa tadbirkorlar bilan hamkorlikda harakat qilish va sheriklar bilan doimiy samarali aloqalarni o‘rnatish talab qilinadi. Sherikchilik aloqalari tadbirkorlikda alohida rol o‘ynaydi. Har bir tadbirkor o‘z faoliyatini rejalashtirganda, biznes - reja ishlab chiqqanda zarur sherikchilik aloqalarini o‘rnatishni e‘tiborda tutadi. Misol uchun, siz oshxona uchun mebel ishlab chiqarmoqchisiz, u holda tabiiyki, siz kimdan va qanday shartlarda ishlab chiqarishni tashkil etish uchun xomashyo, (yog‘och, mashina, asbob - uskuna, qoplamalar va h.k.) jihozlarni olishni aniqlashga harakat qilasiz. Bunday yondashuvsiz tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirib bo‘lmaydi.

Sherikchilik aloqalarini tanlash qator omillarga bog‘liq. Sherikchilik aloqalarini quyidagi tarzda tasniflash mumkin:

1. Uzoq muddatli (yoki doimiy). Sherikchilik aloqalarining bu turi, tadbirkor bozorga uzoq muddat davomida ma‘lum yo‘nalishdagi tovarni yetkazib berishni rejalashtirganda qo‘llaniladi. Sherikchilik aloqalarini bu turida tashabbus goh u, goh bu tomondan chiqadi va sherikchilik aloqalari shartnomani doimiy ravishda cho‘zish yo‘li bilan amalga oshirilaveradi.

2. Qisqa muddatli (yoki ma‘lum muddatli). Sherikchilikning bu turi quyidagi hollarda qo‘llaniladi:

- a) Tadbirkor tovarni tajriba tariqasida ishlab chiqarishga intilayotgan va bunday tovarni bozor qanday qabul qilishni sinamoqchi bo‘lsa;

- b) Tadbirkor, shartnoma tuzishga kirishayotib, bir-birining o‘ziga yuklatilgan majburiyatlarini bajarish imkoniyatlariga ishonmasalar yoki o‘zlari ishlab chiqargan tovarni bozorda qabul qilinishiga, «sotilishi» ga shubha qilsalar;

c) sherikchilik asosida ishlab chiqariluvchi tovarga cheklangan talab bo'lsa yoki iste'molchi buyurtmasi bo'yicha bir martagina mahsulot yetkazilishi lozim bo'lsa.

3. Tasodifiy. Sherikchilikning bunday shakli har doim tadbirkor faoliyatida yordamchi rolni o'ynaydi va qo'shimcha foyda olish shaklini ifoda qiladi. *Masalan, men har doim sherigimdan 1 m³ yog'ichni 300 ming so'mga olar edim, birdan shunday sifatdagi xuddi shunday yog'ichni (1 marta) 240 ming so'mdan olish imkoniyati tug'ildi.*

Shunday qilib, tadbirkor o'z faoliyatini rejalashtirishda sherigini tadbirkorlik jarayonining subyeksi sifatida qaraydi va faoliyatining samaradorlik darajasi ham unga bog'liq bo'ladi.

5.2. Tadbirkorlik faolligi jarayonida iste'molchining roli

Har bir tadbirkor o'z raqobatchilariga nisbatan tezroq harakat qilishga intilsa, unga qaysidir darajada muvaffaqiyat kafolatlangan.

Tadbirkorlik jarayonida iste'molchi indikator (aniqlagich) rolni o'ynaydi. Chunki iste'molchi xaridga ijobiy yoki salbiy munosabatda bo'lishi ko'p narsani hal qiladi. Boshqacha so'z bilan aytganda, siz tovar ishlab chiqardingiz va iste'molchi uni sotib olishga tayyor yoki sotib olayotir, bu esa sizning tovaringiz iste'molchining ijobiy ekspert baholashini olganini bildiradi va aksincha. Shuning uchun ham, tadbirkor o'z faoliyatini rejalashtirish va tashkil etishda iste'molchining kayfiyati, istaklari, qiziqishlari, kutishlari, baholarini e'tibordan chetda qoldirmasligi kerak.

Mahsulot va xizmatlar aniq bir kishilar tomonidan iste'mol qilinadi. Shuning uchun ham, tadbirkor iste'molchi qiziqishlarini chuqur bilishi kerak. Aynan shuning uchun ham, keyingi yillarda jahon amaliyotida barcha tarmoqlarda marketingga katta ahamiyat berilmoqda.

Biroq, bu tadbirkor iste'molchining bildirilgan qiziqishlariga qat'iy rioya etgan holda harakat qilishi kerak degan fikrni bildirmaydi. Tadbirkorning o'zi iste'molchi talabini shakllantirishi, yangi xaridorlar ehtiyojlarini o'ylab topishi kerak (*masalan, iste'molchilardan qaysi biri videomagnitofon yoki DVD pleyer ishlab chiqarilmasidan oldin, videomagnitofon yoki DVD - pleyer sotib olishni o'ylagan?*). Shuning uchun ham tadbirkorlik faolligini tashkil etish 2 usulda amalga oshiriladi: iste'molchining mavjud qiziqishlari va iste'molchining fikri - xayolida yo'q, tadbirkor tomonidan o'ylab topiladigan ehtiyojlar.

Shunday qilib, tadbirkorning maqsadi – iste'molchini «qo'lga olish», o'zining shaxsiy iste'molchilari doirasini shakllantirishdan iborat. Biroq, aynan bir iste'molchiga har xil tadbirkorlar yoki tadbirkorlar guruhini o'z tomoniga og'dirish uchun ta'sir ko'rsatadi. Tadbirkorning o'z iste'molchilari doirasini kengaytirish, ko'proq foyda olish maqsadida amalga oshiradigan xatti - harakatlari **raqobat** deyiladi.

Raqobat, raqobat kurashi har xil maqsadlarda, har xil usullarda va har xil darajada amalga oshiriladi. Ammo, raqobat bilan bog'liq barcha jarayonlarning asosiy nuqtasi bu ishlab chiqaruvchi (tadbirkor) – iste'molchi darajasidagi o'zaro munosabatlardir.

Demak, tadbirkor o'z faoliyatini raqobatchilik sharoitida amalga oshiradi, bu esa o'z raqobatchilari to'g'risida ahamiyatga ega bo'lishi ularning tijorat rejalaridan xabardor bo'lishi kerakligidan dalolat beradi.

Tadbirkorning iste'molchiga ta'sir ko'rsatishining asosiy vositalari sifatida quyidagi omillar xizmat qiladi.

- *tovarning yangiligi va uning iste'molchi qiziqishlariga mos kelishi;*

- *tovarning sifati, bahosi tovarning xaridorliligi;*
- *tovarning universalligi darajasi;*
- *tovarning tashqi ko'rinishi va o'ralishi;*
- *tovarning boshqa tovarlardan afzal yoki kamchilik tomonlari;*
- *sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatishdan foydalanish imkoniyati;*
- *umumqabul qilingan yoki davlat andozalariga mos kelishi;*
- *tovar reklamasining obro'liligi va jalb qiluvchanligi kabi boshqa omillar.*

Shunday qilib, ijtimoiy ishlab chiqarish nuqtayi nazaridan aynan tadbirkor faol subyekt rolini o'ynaydi, tadbirkorlik jarayoni, uning mazmuni va samaradorligi nuqtayi nazaridan esa iste'molchi faol subyekt hisoblanadi va tadbirkor buni hech qachon inkor qila olmaydi.

5.3. Yollanma ishchi tadbirkorlik jarayonining qatnashchisi va uning mehnatiga haq to'lash

Har bir tadbirkor o'z g'oyasini g'oyaga tovar ko'rinishini beruvchi malakali ishchilarsiz amalga oshira olmasligini albatta tushunadi.

Yollanma ishchi tadbirkor g'oyasini amalga oshiruvchisi sifatida tadbirkorlik jarayoni subyektlari guruhiga kiradi. Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish sifati va samaradorligi aynan unga bog'liq. Tadbirkor zarur jamoani tashkil etishga intiladi deganda kerak ixtisosdagi yollanma

ishchilar ham tushuniladi. Tadbirkor biznes-reja tuzar ekan, u zarur ishchilarni jalb qilish imkoniyatini ham hisobga oladi. Agar u o'z faoliyatida yangi, boshqa murakkab g'oyani amalga oshirmoqchi bo'lsa, u holda, tadbirkor o'z ishchilarini qayta tayyorlashni yoki yangi yollanma ishchilarni jalb qilishni ko'zda tutadi.

Ma'lumki, har bir iqtisodiy subyektlarni o'zining shaxsiy manfaatlari mavjud. Tadbirkor va yollanma ishchi munosabatlariga kelsak, ularning ba'zi rejalari bir-biriga mos tushadi (foyda qancha yuqori bo'lsa, ish haqi shuncha yuqori), ba'zilari esa umuman qarama-qarshidir (tadbirkor yuqori ish haqi to'lashdan manfaatdor emas, yollanma ishchini esa yuqori ish haqi qiziqtiradi). Bunday hollarda tomonlar o'zaro maqbul variantni topishga intiladilar va bu ikki subyekt o'rtasidagi o'zaro munosabatlar tadbirkorlik jarayonining asosi hisoblanadi.

Bunday munosabatlar doirasida tadbirkor o'z oldiga kundalik faoliyatining ma'lum muammolarini belgilab oladi va ularni eng yuqori samara bilan yechishga harakat qiladi. Bular qanday muammolar?

Avvalo, talab qilinuvchi ixtisosdagi zarur mutaxassislikdagi xodimlarni tanlash. Bu muammo ikki xil yo'l bilan yechiladi.

1. Bunday xodimlarni shaxsiy axborot va moliyaviy bazasida tayyorlash (lekin bunday yo'l ma'lum sabablarga ko'ra har doim ham samarali emas);

2. Boshqa tadbirkorlik yoki ishlab chiqarish tuzilmalarida band bo'lgan xodimlarni jalb qilish. Buning uchun ishchilarga yuqori, jalb qiluvchi sharoitlarni yaratib berish kerak bo'ladi (oldingisiga nisbatan yuqori ish haqi, qulay mehnat sharoitlari, har xil imtiyozlar va h.k.).

Yana bir muammo bu – yollanma ishchini tadbirkorlik tuzilmasini manfaatiga jalb qilishning zarurligidir. Buning 2 xil shakli farqlanadi:

* yollanma ishchini tadbirkorlik tuzilmasining ishlab chiqarish manfaatiga jalb qilish;

* yollanma ishchini firmaning tijoriy manfaatiga jalb qilish.

Birinchi shakl mehnatni tashkil etishning Yevropacha tizimiga xos bo'lib, unda har bir yollanma ishchi o'zining ishlab chiqarish vazifalarini aniq biladi va o'ziga berkitilgan ishlarni mohirlik bilan bajaradi, ya'ni har kim o'z ish o'rni uchun, o'z ishi uchun javob beradi.

Ikkinchi shakl mehnatni tashkil etishning Yapon va Amerikacha tizimiga xos bo'lib, unga ko'ra har bir yollanma ishchi nafaqat o'z ishlab chiqarish vazifalarini bajarishdan manfaatdor, balki u tadbirkor tuzilmasi faoliyatining umumiy natijalari bilan ham qiziqadi. Tadbirkor va jamiyat

nuqtayi nazaridan qaraganda birinchi shakl ikkinchisidan ancha samarali va jozibali hisoblanadi.

Yollanma ishchini tadbirkor tuzilmasi manfaatiga jalb qilish, shakli tadbirkor tomonidan qo'llaniladigan mehnatga haq to'lash tizimiga bog'liq.

Qat'iy kafolatlangan ish haqi. Ishchining o'z majburiyatlarini bajarishiga ko'ra, har oyda mutlaq miqdorda belgilanadi. Bu munosabatda haq to'lash shakli ishchining samarali faoliyat ko'rsatishi bilan bog'liq emas va shuning uchun ham yetakchi hisoblanmaydi.

Har oylik (choraklik yoki yillik) mukofot bilan birga qat'iy kafolatlangan ish haqi ishchi tomonidan uning oldiga qo'yilgan maqsadlarga erishganda (yoki belgilangan me'yorlarni, vazifalarni ortig'i bilan bajarganda) qo'llaniladi.

Ishbay ish haqi mehnat miqdori yoki sifatiga to'g'ri bog'liqligida to'lanadi.

Ishbay mukofotli ish haqi – ikki xil o'lchov bo'yicha to'lanadi:

Ma'lum normativ doirasida - ishbay stavka bo'yicha, normativdan ortig'i - mukofot o'lchovi bo'yicha (nisbatan yuqori ish haqi).

Tarifli ish haqi. Mehnatga haq to'lash ishchiga berilgan razryad, daraja yoki ishchi malakasidan guvohlik beruvchi boshqa shaklda tarif setkasi bo'yicha amalga oshiriladi.

Soatbay ish haqi. To'lov sifatiga ega bo'lgan mehnat miqdoriga mos ravishda amalga oshiriladi.

Yuqoridagi qayd etilgan mehnatga haq to'lashning barcha shakllari ishchini firmaning tijorat manfaatiga emas, balki ishlab chiqarish manfaatiga jalb qilishga imkon beradi. Bunday holatda ishchi uchun eng asosiysi – o'ziga berkitilgan barcha ishlarni to'la bajarish bo'lib, uni firma, korxonaga, jamoaga faoliyatining umumiy natijalari umuman qiziqitirmaydi.

Ishchini firmaning tijoriy manfaatiga jalb qilish uchun shunday holatni tashkil etish kerakki, unda ishchi bir vaqtning o'zida ham o'zining ish natijalaridan va jamoaga faoliyat natijalaridan manfaatdor bo'lsin. Ishchini bunday ikkiyoqlama qiziqishini yagona vosita-maqbul ish haqi darajasini o'rnatish bilan rag'batlantirish mumkin. Bu holatda ish haqining darajasi quyidagilarga bog'liq.

- 1) ish jarayonidagi ishchining shaxsiy natijasiga;
- 2) jamoaga ishini umumiy natijalariga.

Munosabatga haq to'lashning eng samarali tizimi samaradorlik koeffitsiyenti qo'llaniladigan tizim hisoblanadi. Mehnatga haq to'lashning ushbu tizimini kelgusi bo'limda ko'rib o'tamiz.

Tadbirkor ishlab chiqarishning yuqori samaradorlik darajasidan manfaatdor bo'lib, u doimo shunga intiladi. Yuqori samaradorlikka u yakka o'zi ham erisha oladi va bunga u barcha jamoasi bilan ham erishishi mumkin. Ammo, bunda jamoaga buyruq berib erishib bo'lmaydi.

Ishchini firmaning tijoriy manfaatiga jalb qilishning iqtisodiy shakli mehnatga haq to'lash orqali amalga oshiriladi.

Shunday qilib, ishlab chiqarish samaradorligi mehnatga haq to'lash o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni ajratib ko'rsatish mumkin. Bunday bog'liqlikning funksiyasi oddiy: ishlab chiqarish samaradorligi qancha yuqori bo'lsa, ish haqi ham shuncha yuqori bo'lishi kerak. Samaradorlik nima?

Samaradorlik tor ma'noda ishlab chiqarish natijalari va xarajatlarning ma'lum bir ijtimoiy shaklda olingan o'zaro nisbatini ifoda qiladi. Keng ma'noda esa – bu ijtimoiy mehnatni tejashning aniq ifodasidir. Boshqa tomondan, samaradorlik – bu ishlab chiqaruvchi iste'mol qiymati darajasi va sifatining ifodasidir.

Samaradorlik ishlab chiqarishni intensivlashtirishni nazarda tutadi, bu esa har bir birlik mahsulotga ketadigan mehnat va moddiy xarajatlarni qisqartirilishdir.

Bugungi bozor sharoitida samaradorlikni baholashning bosh ko'rsatkichlari sifatida o'z ichiga muhim tavsiflarni oluvchi uyg'unlashgan (sinergetik) ko'rsatkichlar qo'llaniladi. Bunday ko'rsatkichlar - tadbirkorlik tuzilmasi faoliyat ko'rsatishining iqtisodiy samaradorligi koeffitsiyenti (samaradorlik koeffitsiyenti) va iqtisodiy samaradorlik hisoblanadi.

Samaradorlik koeffitsiyenti joriy davrda erishilgan iqtisodiy samaradorlikning o'tgan davrdagi samaradorlikka nisbatining foizdagi ifodasidir:

$$S_k = S_j / S_u \cdot 100\%$$

bu yerda,

S_k – samaradorlik koeffitsiyenti;

S_j – joriy davrdagi iqtisodiy samaradorlik;

S_u – o'tgan davrdagi iqtisodiy samaradorlik;

Joriy va o'tgan davrdagi iqtisodiy samaradorlik quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$S = F_s \cdot K_{sm} \cdot K_{iu} \cdot K_{ff} \cdot E_f \cdot K_i / I_{sm} \cdot F_{*} \cdot U_{*} \quad (1)$$

(1) – formulaning murakkab ko‘rinishidan kitobxonlar aslo cho‘chimang.

Unga barcha mumkin bo‘lgan ko‘rsatkichlar kiritilgan. Uni amaliyotga tatbiq etishda haqiqatan ham u yoki bu korxonaga kerak bo‘lgan ko‘rsatkichlargina qoldiriladi. Boshqa tomondan esa, hozirgi vaqtda g‘arb mamlakatlarida ish haqining aniq darajasini hisoblashning juda murakkab tizimi qo‘llanilyapti. *Masalan, Italiyaning qator korxonalarida suzish basseyniga doimiy qatmaydigan ishchining ish haqi basseyniga qatnamaydigan ishchilikidan yuqori. Bu tizimning mantiqi oddiy: basseyniga qatnovchi ishchi sog‘lomroq. Agar shunday bo‘lsa, u holda u kam kasallanadi. Demak, u kam kasallanar ekan, u holda uning ishining samarasi yuqori, tadbirkor xarajatlari esa kam bo‘ladi.*

(1) – formuladagi har bir ifodani ko‘rib chiqamiz.

F_s – muayyan korxonaning sof foydasi. Sof foydani hisoblash uchun yangidan hosil qilingan qiymat ko‘rsatkichi qo‘llaniladi, u esa berilgan korxonaga mahsulotini sotish bahosi bilan tovarga o‘tkazilgan ishlab chiqarish vositalarining haqiqiy qiymati o‘rtasidagi farq kabi aniqlanadi. Bu holda korxonaga har bir mahsulot birligiga ketadigan xarajatlari: (xomashyo, material va boshqalar) rejalashtirilganiga nisbatan kamaytirishga intiladi. Sof foydani aniqlash uchun yangidan hosil qilingan qiymatdan quyidagilar ayriladi:

1) davlat budjetiga ajratmalar, amortizatsiya va boshqa ajratmalar;

2) ish haqining minimal jamg‘armasi;

3) chiqariluvchi mahsulotning past sifatiga soliq (uning qiymatining foizigacha); faqat yuqori sifatli mahsulot chiqaruvchi korxonaga bu soliqni to‘lamaydi va davlat budjetiga foydaning 1 foizi miqdorda ajratadi;

4) eskirgan texnologiya yoki mahsulotga soliq (bu soliq faqat davlat sektori korxonalari uchun o‘rnatiladi, umumiy qiymatning 3 foizigacha).

Berilgan tizimda asosiy muammo bahoni shakllantirishdir. Dastlab tayyorlanayotgan mahsulotning qiymati (bahosi emas) aniqlanadi. Qiymat hammaga ma‘lum formula bo‘yicha - eski va yangi qiymat. *Eski qiymat* – bu iste‘mo. qilinadigan barcha ishlab chiqarish vositalari; xomashyo va jihozlarning haqiqiy qiymati. Yangi qiymatni aniqlash qiyinroq. Bu birinchidan, zaruriy va qo‘shimcha ish vaqti o‘rtasidagi nisbatni o‘rnatilishiga, ikkinchidan esa, daromadning eng kam miqdori va uni mehnatning murakkabligiga qarab tabaqalashuviga bog‘liq. Bunda dastlabki holat sifatida tarmoq yoki korxonadagi eng oddiy deb tavsiflanuvchi ishni bajaruvchi ishchining minimal ish haqi olinadi va

boshqa toifadagi ishchilarning ish haqlari ham shunga nisbatan koeffitsiyentlar yordamida aniqlanadi.

Misol uchun, mebel fabrikasining xomashyoni qo'lda tashuvchi, malakasiz ishchisining ish haqi stavkasi 140 pul birligini tashkil qiladi. U holda taxta yoruvchi dastgoh ishchisiga 1.05 koeffitsiyentni, ya'ni 147 pul birligini, past razryaddagi duradgor yig'uvchiga 1.1 koeffitsiyentni, ya'ni 154 pul birligini va hokazo ishchilar toifalari bo'yicha koeffitsiyentlarni belgilash mumkin. Bu ish haqining minimal miqdorini, ularning yig'indisi esa ish haqining minimal jamg'armasini tashkil etadi (ish haqi minimal jamg'armasi aytaylik 50% yuqori bo'lsin). Ish haqining minimal darajasi mahsulot tannarxiga mehnat ulushini kiritish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Tannarx tadbirkor uchun juda muhim ahamiyat kasb etadi, chunki aynan tannarxni shakllantirish orqali u ishlab chiqarish samaradorligiga ta'sir ko'rsatishi mumkin.

K_{am} – assortiment va yetkazib beruvchilardan pul kelib tushgan, sotilgan mahsulotlar miqdori koeffitsiyenti. Koeffitsiyent har bir mahsulot turi bo'yicha aniqlanadi. *Misol uchun, agar poyabzal fabrikasi etik ishlab chiqarish bo'yicha rejani 90%, botinka ishlab chiqarish bo'yicha 110% ga bajaragan bo'lsa, u holda 1) - formulaga 2 ta koeffitsiyent - 0.9 va 1.1 kiritilishi lozim.*

Samaradorlikni hisoblashda korxonalar tomonidan ishlab chiqarilgan, lekin sotilmagan mahsulotlar e'tiborga olinmaydi. Bu nima bilan bog'liq? Bizda agar 100 mahsulot birligi ishlab chiqarilishi rejalashtirilgan bo'lsa, 102, 105, 110 birlikda mahsulot ishlab chiqarilgan korxonalar samarali ishlayapti deb aytishga o'rganib qolganmiz. Agar bu qazib chiqarish tarmog'i bo'lsa, yaxshi chunki, ortiqcha qazib chiqarilgan xomashyo keyingi yilga zaxira bo'lib turaveradi. Lekin, agar B zavod A zavoddan 100 detal yetkazib berishni kutayotgan bo'lsa, A zavodga 102 detal ishlab chiqarib mehnat va moddiy resurslardan noratsional foydalanish nima uchun kerak?

Bu degani rejadagi ko'rsatkichlarni oshirmaslik degani emas. Chunki, shartnomaviy asosda talab qilingan bo'lsa, bema'lol rejani ortig'i bilan bajarish mumkin, ya'ni bozor sharoitida mahsulot «turib qolmasligi» kerak. Bu degani sotiladigan mahsulot ishlab chiqarish kerak.

K_{itt} – ishlab chiqarishni ilmiy-texnik qayta qurollanganligi koeffitsiyenti, bu eskirgan ishlab chiqarish vositalarini yangilash rejasini bajarilish ko'rsatkichi (masalan, 50 ta eski stanokni rejaga ko'ra

almashtirish koeffitsiyenti 1.0 ga teng bo'lishini bildiradi). Og'ir jismoniy mehnat bilan bog'liq bitta ish o'rini tugatish bu ko'rsatkichni 0.01 ga oshiradi.

Samaradorlikni hisoblashda ixtisoslashmagan tovarlar bo'yicha ko'rsatkich kiritilmaydi (faqat ixtisoslashgan tovarlar bo'yicha kiritiladi). Biroq ixtisoslashmagan tovarlarni sotishdan tushgan to'lovlar sof daromadni oshiradi, bu esa o'z navbatida samaradorlik ko'rsatkichini oshiradi, natijada har bir ishlovchiga to'g'ri keladigan pul daromadi oshadi. Shunday qilib korxonada ham ixtisoslashgan, ham ixtisoslashmagan tovarini ishlab chiqarishdan manfaatdor bo'ladi.

K_{ff} – ishlab chiqarish fondlaridan foydalanish koeffitsiyenti (haqiqatdagi ko'rsatkichni rejadagiga nisbati). Bu formulada asosiy fondlarning qiymati boshqa ko'rsatkichlarda o'z ifodasini topganligi uchun hisobga olinmaydi.

E_r – eksportga chiqariluvchi mahsulot foizi (umumiy ishlab chiqarish hajmidagi ulushi, qiymati bo'yicha).

K_t – tashabbuskorlik koeffitsiyenti, u 1.1 ga teng bo'lib, rejadan tashqari do'konlarga qo'shimcha tovarlar yetkazish bo'yicha (masalan, ishlab chiqarish chiqindilaridan tayyorlanadigan) shartnoma tuzuvchi jamoalar uchun kiritiladi. Bu yerga do'kon tomonidan xaridorga ko'rsatiluvchi qo'shimcha xizmatlar (tovarlarni uyga eltish, tovarlar savdosini korxonada, tashkilot va «dam olish zonalarini» da tashkil etish va hokazo) ham kiritiladi. Bu koeffitsiyentni kiritish berilgan jamoa mehnati natijalarini sezilarli oshirishga olib keladi.

I_{us} – korxonada ishlovchilarning umumiy soni (3 oydan ko'p safarda va dam olishdagi xodimlar hisobga olinmaydi). Bu yerda katta hajmdagi mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq ishchilar sonining oshishi korxonada uchun foydali. Chunki bu holda 1 - formuladagi maxrajdagi ifodaning oshishi nafaqat kompensatsiyalashdan, balki sur'atdagi fondlardan foydalanish koeffitsiyenti (I_{ff})dan kam ham bo'ladi.

Faraz qilaylik, bir smenali ish rejimidan korxonaning ikki smenali ish rejimiga o'tish 1 - formuladagi sur'atni ikki marta maxrajni esa ikki martadan kamiga oshiradi (banklarning umumiy soni - boshqaruvchi xodimlar soni). Agar bunga yana sof foydaning oshishi qo'shilsa, u holda ishlab chiqarish samaradorligi sezilarli darajada o'sadi. Korxonada ishlovchilarning sonini kamayishi ko'pincha ishlab chiqarish fondlaridan foydalanish koeffitsiyentini kamayishiga olib keladi, bu esa samaradorlikni kamaytiradi.

F_{sk} – sifatsiz yoki nostandart mahsulotni qaytarilishi foizi (sifatsiz mahsulot 1 - 1.1 % ga yoki 1% dan kam bo'lsa, 1 - formula maxrajiga 1.1 koeffitsiyent, boshqa hollarda esa sifatsiz mahsulotning haqiqiy foizi kiritiladi).

U_{fk} – omborda joylashgan yoki o'rnatilgan, lekin hozirda hech qanday mahsulot ishlab chiqarmayotgan foydalanilmayotgan jihozlar qiymati. Bu yerga normativ va normadan yuqori zaxiralar kiritiladi.

Samaradorlik ko'rsatkichlarini hisoblashning ushbu tizimi quyidagi sharoitlarni e'tiborga olgan holdagina haqiqiy bo'ladi:

1. Samaradorlik koeffitsiyentini hisoblash faqatgina davlat budjetiga va barcha yetkazib beruvchilarga barcha zarur to'lovlar amalga oshirgandan keyin bajariladi;

2. Ish haqi to'lash mehnat jamoasining umumiy yig'ilish o'tkazib korxonaga faoliyatining samaradorligi va uni olish chora-tadbirlari tahlil qilingandan keyingina amalga oshiriladi.

Iqtisodiy samaradorlikni hisoblashning ushbu tizimi davlat sektori korxonalari uchun katta imkoniyatlarga ega. U nafaqat moddiy ishlab chiqarishda band mehnat jamoalari samaradorligini hisoblash uchun, balki xizmat ko'rsatish, transport, savdo va boshqa sohalarda samaradorlikni hisoblash uchun xizmat qiladi. Masalan, kommunal xizmatlar sohasi uchun samaradorlik ko'rsatkichi quyidagicha hisoblanadi:

$$S_{kx} = F_{rt} * M_{akx} - K_{tix} / I_{us} * K_{xft} * T_{kis} \quad (2)$$

bu yerda,

F_{rt} – resurslarni tejashdan kelgan (elektr energiyasi, suv) ikkilamchi xomashyo (makulatura, siniq oyna, metallom, oziq - ovqat chiqindilari va hokazo) ni topshirishdan kelgan foyda .

M_{akx} – aholiga ko'rsatadigan xizmatlar miqdori;

K_{tix} – rejada ko'rsatilgan topshiriqlardan ortiqcha aholiga ko'rsatilgan qo'shimcha xizmatlar koeffitsiyenti (1 ta xizmat bo'lsa, koeffitsiyent 1, 1 2 ta bo'lsa 1,2 va hokazo bo'ladi);

I_{us} – ishchilarning umumiy soni ;

K_{xft} – ko'rsatilgan xizmatlar bo'yicha 1 oy davomida takroriy qilingan ishlar, ishlarning bajarilish sifati;

T_{kis} – xizmatlarni bajarilish muddati koeffitsiyenti, ya'ni o'rnatilgan qoidalardan cheklanishi. Agar suv quvuri jo'mragini ta'mirlashga aytaylik 1 kun talab qilinsa va u ertasiga bajarilsa koeffitsiyent 1,0 dan 2,0 gacha, agar 3 kunda bajarilsa 3,0 gacha oshadi.

Savdo tashkilotlari mehnat jamoasi faoliyatining samaradorlik koeffitsiyenti quyidagicha topiladi.

$$S_x = S_x / S_r * 100\%$$

bu yerda,

S_x – haqiqatdagi samaradorlik; S_r – reja bo'yicha samaradorlik.

Savdo tashkilotlari faoliyatlarining iqtisodiy samaradorligi esa quyidagi formula bo'yicha topiladi:

$$S = F_s * A_m * M_u * K_{st} * K_t / F_k(a) * I_{tk} \quad (3)$$

bu yerda,

F_s – savdo tashkiloti sof foydasi. U quyidagicha topiladi:

$F_s =$ Umumiy baho - sotish bahosi - davlat budjetiga ajratmalar - do'kon aybi bilan yoki boshqa sabablar bilan bog'liq barcha sarflar va yo'qotishlar - ish haqining minimal jamg'armasi.

A_m – assortiment minimumi. Uni kuzatmaslik jamoa faoliyati natijalariga salbiy ta'sir ko'rsatadi va aksincha;

M_u – mehnat unumdorligi, ya'ni jamoaning har bir a'zosiga to'g'ri keladigan sotilgan mahsulotlar miqdori. Yuqori natijaga erishish uchun mehnat jamoasida 2 yo'l bor: 1. Sotishni ko'paytirish; 2. Bandler sonini kamaytirish.

K_{st} – savdo tashkilotiga kelib tushgan tovarlarni sotish koeffitsiyenti. Bu ko'rsatkichni hisoblash talabga ega bo'lmagan tovarlar ishlab chiqarishni to'xtatishga imkon beradi. Bu koeffitsiyent ma'lum davr oralig'ida savdo tashkilotida sotilgan tovarlar miqdorini kelib tushgan tovarlar miqdoriga nisbati kabi aniqlanadi.

K_t – (1) - formulada yozildi;

$F_k(a)$ – sotilgan tovarlarni maxsus ishlab chiqilgan qoidalar asosida qaytarilishi yoki almashlash foizi.

Bu qoidalarda quyidagi 2 ta holat e'tiborga olinishi lozim: xaridorning asoslangan barcha talablarini so'zsiz bajarish va har bir do'konda qaytarish yoki almashlash uchun maxsus lavozimni joriy qilish, bunday koeffitsiyentni kiritish savdo tarmog'iga keltirilayotgan tovarlar sifatini oshishiga olib keladi. Agar tovarlarni qaytarish yoki almashlash 1.1 % (yoki undan kichik) bo'lsa (3) - formulaga 1.1 koeffitsiyent boshqa hollarda esa ko'rsatkichning haqiqiy hajmiga qarab koeffitsiyent kiritiladi.

I_{tk} – sotilmagan tovar qoldiqlari yig'indisi. Qurilish tashkilotlari ish samaradorligi koeffitsiyentini hisoblash uchun formulaga normativ samaradorlik ko'rsatkichini kiritish zarur u holda

$$S_k = S_r / S_n$$

Iqtisodiy samaradorlik esa quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$S = F_s * B_{ib} * F_{bi} / I_{us} * N_s \quad (4)$$

bu yerda,

B_{ib} – bajarilgan ish sifatini baholash 5 - balli tizimda, ya'ni baho qancha past bo'lsa, samaradorlik shuncha past, baho quruvchilar tomonidan emas, balki buyurtmachi va quruvchilar tomonidan beriladi.

F_{bi} – koeffitsiyent hisoblangan holatga shartnomadagi umumiy ishlar hajmida bajarilgan ishlar ulushi foizda;

N_s – normativ bo'yicha xomashyo, qurilish materiallari xarajatlari va mexanizmlar amortizatsiyasiga normativ bo'yicha ajratmalar (oshih ketsa foydasiz, qisqarsa foydali);

Sport tashkilotlari iqtisodiy samaradorligi quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$S = F_s * T_{dsh} * I_{sius} / I_{us} * T_{nosh} \quad (5)$$

bu yerda,

F_s – mavjud normativ asosida hisoblanuvchi sof foyda. Misol uchun samaradorlik koeffitsiyenti kiritilgunga qadar tashkilot budjeti 1000 pul birligini, to'garaklarda shug'ullanuvchilar esa 100 kishini tashkil etgan edi.

Bu holda har bir shug'ullanuvchilar uchun budjet ajratmalari 10 pul birligini tashkil etadi. Shuning uchun, shug'ullanuvchilar soni 20 kishiga oshsa, sof foyda 1200 pul birligini tashkil etadi.

Sof foydaga qandaydir o'tkazilgan pullik tadbirlar (ish vaqtiga halaqit qilmasdan, vaqt bilan chegaralanuvchi), elektr energiyasini tejash va hokazolarga qo'yiladi.

T_{dsh} – to'garaklarda doimiy shug'ullanuvchilar soni;

I_{sius} – doimiy mashg'ulotlar uchun foydalanilgan sport inventarlari umumiy soni;

I_{us} – ishchilar umumiy soni;

T_{nosh} – normadan ortiqcha shug'ullanuvchilarga ega to'garaklar soni.

Tibbiyot muassasalarida samaradorlik quyidagicha hisoblanadi:

$$S = F_s * K_{mt} * Y_{a_{us}} / I_{us} * 1,5E_{ms} * 1,5Sh_s * N_{on} \quad (6)$$

bu yerda, F_s – sof foyda; budjet ajratmalari bo'yicha har bir bemorga nisbatan hisoblanadi. *Masalan, poliklinika budjeti 1000 pul birligini murojaat qiluvchilar soni 100 kishini tashkil qilsin. Demak, har bir murojaat qiluvchi hisobiga sof foydaga 10 pul birligini qo'shish*

mumkin. Unga yana foydalanilayotgan vosita va materiallarni tejash hajmi ham qo'shiladi (tibbiy jihozlar va preparatlardan tashqari);

K_{mt} – murakkablik bo'yicha tuzalish koeffitsiyenti (yordamning aniq bir turiga bog'liq ravishda);

Y_{us} – yangi davolash usullarini joriy qilish va yana joriy qilinayotgan, foydalanilayotgan jihozlar soni;

I_{us} – bandlarning umumiy soni;

$1,5 E_{ms}$ – muassasada yetishmayotgan mutaxassislarning sonini 1,5 koeffitsiyentga ko'paytirilgani (mumkin, 1 ta yetishmayotgan mutaxassis samaradorlikda ifodalanmaydi);

$1,5 Sh_s$ – muassasaga zarur yordam ko'rsatishdan bosh tortish va aholi asosan shikoyatlari sonining 1,5 koeffitsiyentiga ko'paytirilgani (misol uchun, tishni protezlash uchun o'z navbatini kutayotganlar soni bilan birga);

N_{oiv} – mumkin bo'lgan ish normasidan ortiqcha ishlash foizi. Bu ko'rsatkichni hisoblaganda eng yuqori ish hajmini bajargan mutaxassis e'tiborga olinadi.

Misol uchun, 20 kishi qabul qilish normasida shifokor 22 ta kishi qabul qildi; koeffitsiyenti 1,1 ga teng. Bu ko'rsatkich kiritilganda shifokorga mijozga rad javobini bergandan ko'ra uni qabul qilgan ma'qulroq, lekin o'ta yuqori darajada yuklamada ishlash foydali emasdir.

Asosiy muammo shuki, (6) formuladagi 2 - koeffitsiyentini hisoblash ancha murakkab. Bu yerda nazorat qilmaslik tibbiyot muassasasini haqiqatda ko'rsatilayotgan yordamni murakkabligini oshirishga undashi mumkin. Bunday imtiyozli yo'qotishlar uchun professionallar, jamoatchilik vakillaridan iborat ekspert guruhi tanlov asosida tuziladi va doimiy asosda faoliyat ko'rsatadi.

5.4. Davlat tadbirkorlik faolligining subyektii sifatida

Jamiyatdagi ijtimoiy holatlardan kelib chiqqan holda tadbirkorlik subyekti sifatida davlatning roli har xil bo'lishi mumkin:

- davlat tadbirkorlik rivojlanishining tormozlantiruvchisi, agar u tadbirkorlik rivoji uchun juda noqulay sharoit yaratsa yoki uni taqiqlasa;
- chetdan kuzatuvchi, agarda davlat tadbirkorlikni rivojlanishiga hech qanday to'sqinlik qilmasa va o'z navbatida yordam ham qilmasa;
- tadbirkorlik jarayonining jadallashtiruvchisi, agar u tadbirkorlik jarayoniga yangi iqtisodiy agentlarni jalb etish bo'yicha doimiy va faol

chora - tadbirlar olib borsa, tadbirkorlikni har tomonlama qo'llab – quvvatlasa. Tadbirkorlik jarayonining jadallashtiruvchisi sifatida davlatning vazifalari qanday?

*Birinchi*dan, davlat o'z zimmasiga ta'lim vazifasini, ya'ni tadbirkorlik xodimlarini tayyorlash va qayta tayyorlash bo'yicha vazifani oladi.

Hozirgi bozor sharoitida quyidagi 3 ta narsani amaliyotda samarali qo'llash tadbirkorlikni amalga oshirishga imkon beradi:

a) umumiy iqtisodiy nazariya;

b) aniq iqtisodiy (tadbirkorlik) bilimlar;

d) tadbirkorlikda sonli usullar, ya'ni istalgan rejalashtiruvchi bitim yoki operatsiyaga qo'llash mumkin bo'lgan tadbirkorlik hisob - kitoblari va mablag'lar xarajatini oldindan ko'ra bilish.

Biznes inkubatorlar, biznes - maktablar shular jumlasidandir.

*Ikkinchi*dan, davlat yangi ish boshlayotgan va boshlagan tadbirkorlarni moliyaviy jihatdan qo'llab quvvatlaydi. Odatda, bu maqsadda davlat maxsus tadbirkorlikni qo'llab - quvvatlash dasturlarini ishlab chiqadi va ularda imtiyozli kreditlash, soliq imtiyozlari kabi muhim unsurlarni e'tiborga oladi. Masalan, OATB «Mikrokreditbank» boshlang'ich sarmoyani shakllantirish uchun huquqiy shaxs maqomi bo'lmagan tadbirkorlik subyektlariga eng kam ish haqining 50 barabari miqdorida, huquqiy shaxs maqomiga ega bo'lgan mikrofirm va dehqon xo'jaliklariga eng kam ish haqining 100 barabari miqdorida, fermer xo'jaliklariga eng kam ish haqining 200 barabari miqdorida yillik 3 foizlik stavka bo'yicha 18 oygacha imtiyozli kreditlar ajratadi¹

*Uchinchi*dan, davlat tadbirkorlar uchun talab qilinuvchi tadbirkorlik infratuzilmasini tashkil etishni o'z zimmasiga oladi. Davlat odatda tadbirkorni zarur axborotlar bilan ta'minlaydi (ilmiy, texnik, marketing va hokazo) konsalting injiniring markazlarini, tadbirkorlar ishini yengillashtirishga imkon beruvchi huquqiy va boshqa firmalarni tashkil etadi.

Mavzuga oid tayanch iboralar

Tadbirkorlik faoliyati subyektlari, menejment, tadbirkor, iste'molchi, yollanma ishchi, sherik, texnologiya innovatsiya, ishlab chiqarish samaradorligi, mehnat samaradorligi, samaradorlik

¹ OATB «Mikrokreditbank» ma'lumotlari.

koeffitsiyenti, tadbirkorlik infratuzilmasi, biznes inkubator, biznes – maktab, ish haqi, ishbay va vaqtbay ish haqi, tarifli ish haqi.

Mavzuni o'rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. Quyidagi holatdan kelib chiqib qaror qabul qilishga urinib ko'ring.

Siz biznes bilan shug'illanishga, aynan televizor sotish bo'yicha vositachi sifatida ishtirok etishga qaror qildingiz. Sizda televizor ishlab chiqaruvchi zavoddan har bir televizorni 1500000 so'm bahoda 100 ta sotib olishga imkon bor. To'lovni - shartnoma imzolanganidan keyin darrov amalga oshirish kerak. Sizga televizor bergandan keyin televizor uchun darhol to'lash kerak bo'lgan miqdordagi pul sizda yo'q shuning uchun, siz tijorat bankiga 3 oy davomida kredit olish uchun murojaat qilasiz (ishlab chiqaruvchilar zavod bilan shartnomaga ko'ra tovar bilan ta'minlangan kredit) va bank sizga yillik 18 % ustama bilan berishi mumkin (bank foizi o'rtacha oyiga 5 % ga o'sadi. Siz bilasizki (bozor konyunkturasini siz o'rgandingiz), olgan har bir televizorni siz shu zahotiy oq 1750000 so'mdan sota olasiz. Siz yana oxirgi 6 oyda televizorlar bahosi o'rtacha oyiga 10 % oshganini ham bilasiz.

Shartnoma sharti bo'yicha yetkazib berish muddati - shartnoma imzolangan kundan 1 oygacha. Biroq, siz zavod - ishlab chiqaruvchiga pulni o'tkazganingizdan keyin va shartnoma imzolangan kundan 1 oy o'tgach, zavod sizga tovarni yuborishi kerak edi. Lekin, siz zavoddan har bir televizorni 1500000 so'mdan emas, balki 1200000 so'mdan yetkazib berishga tayyorligi to'g'risida xabar oldingiz. Sizni qaroringiz qanday bo'ladi:

- zavod ishlab chiqaruvchini yangi shartlariga ko'nish va tovarni qabul qilish;
- shartnomadan voz kechish va pul qaytarilishini talab qilish.

1 - topshiriqni yechishning mumkin bo'lgan varianti.

Siz o'z manzilingizga yuboriluvchi televizorlar partiyasiga to'lovni amalga oshirish uchun tijorat bankidan 150 mln. so'm (1500000 * 100 dona televizor) kredit so'raysiz. Kreditni siz 3 oyga olasiz (1 oy shartnoma imzolanganidan yetkazib bergunga qadar o'tadi va 2 oy tovarni sotish uchun ketadi). Kredit bankka ssuda foizini to'lashni ko'zda tutadi. Agar bank foizi yiliga 180 % ni tashkil etsa, u holda siz kredit miqdorini 45 % ini bankka qaytarishingiz kerak (18 % : 12 oy * 3

oy); ya'ni 3 oydan keyin siz bankka 15,225 mln. so'm qaytarishingiz kerak. Biroq, tovar bahosi 1 mln. 500 mingdan 1 mln. 700 minggacha o'sdi. Natijada, tovarni olish paytida siz yana 1,5 mln. so'm to'lashingiz kerak. Bu miqdorni olish uchun siz qo'shimcha kredit so'rab yana bankka murojaat qilasiz, ana endi 18,5 % yillik stavka bilan siz kreditni 2 oyga olasiz va bankka 1,96 mln. so'm qaytarishga majbursiz (1,5 mln. so'm + 1,5 mln. so'm * 30,8 %) Shunday qilib, bankka 1 - murojaat qilganingizdan boshlab 3 oy o'tgandan keyin siz bankka 17,412 mln. so'm qaytarishga majbursiz. Televizorlarni sotishdan keyin siz qandaydir pul miqdorini olasiz, ammo qanday?

Sotishning iste'mol bahosi har bir televizorga 1700000 ming so'm. Biroq baho har oyda 10 % ga oshyapti. Natijada, siz shartnoma tuzilgandan keyin 2 - oyda 50 televizorni va 3 - oyda 50 televizorni sotishingiz mumkin, u holda siz 20,213 mln. so'm miqdorda daromad olasiz, va quyidagicha bo'ladi:

1) $192,5 \text{ ming so'm} * 50 = 9,625 \text{ mln. so'm}$, bu yerda 192,5 ming so'm televizorning shartnoma imzolanganidan 1 oy o'tgandagi bahosi (175 ming so'm + 175 ming so'm * 10 %);

2) $211,75 \text{ ming so'm} * 50 = 10,588 \text{ ming so'm}$, bu yerda 211,75 ming so'm - shartnoma imzolanganidan 2 oy o'tgach televizorni bahosi (192,5 ming so'm + 192,5 ming so'm * 10 %) Olgan daromadingizdan 17,412 ming so'mni siz bankka qaytarishga majbur bo'lasiz. Natijada, sizning daromadingiz 2,8 mln. so'mga teng bo'ldi. Soliqlar to'langandan keyin siz sof daromad yoki sof foyda desa bo'ladigan miqdorni olasiz. Agar siz ishni «noldan», ya'ni hech qanday xususiy kapitalsiz boshlayotgan bo'lsangiz, bu operatsiyani amalga oshirgan ma'qulmi?

Bu topshiriqni boshqa yechimlarini topishga urinib ko'ring.

2. Agar siz o'zingizni oddiy test yordamida tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishga tayyorgarligingizni bilmochi bo'lsangiz quyidagi anketadan foydalaning.

Shaxsga qo'yiladigan talablar

Siz

- * tavakkal qila olasizmi?
- * almashinuvlarga tayyormisiz?
- * qiyinchiliklarni yenga olasizmi?
- * ishga layoqatlimisiz?
- * jismonan sog'lommisiz?
- * optimistmisiz?

- * maqsadga muvofiq harakatlarga qobiliyatlimisiz?
- * «egiluvchan» misiz?
- * xatolaringizdan xulosa chiqara olasizmi?
- * o'zingizni boshqara olasizmi?
- * tashkilotchilik talantiga egamisiz?

Agar siz savollarning yarmiga ijobiy javob bergan bo'lsangiz - yaxshi, aks holda siz o'z haqingizda, rejalaringiz haqida o'ylab ko'ring.

Malakaga qo'yiladigan talab

Sizda:

- * tugallangan oliy ma'lumot?
- * korxonangizni tashkil etish bo'yicha maxsus ilmiy asos?
- * korxonangiz faoliyat ko'rsatadigan soha bo'yicha maxsus bitimlar?

- * shu sohada ish tajribasi?
- * maxsus ma'lumot olish niyati?
- * tijorat sohasidagi bilimlar?
- * tovarlar oldi - sotdisi bo'yicha tajriba?
- * bozor bilimlari bormi?

Agar siz savollarning katta qismiga ijobiy javob bersangiz, siz o'z tajribangiz bilan bermalol qiyinchiliklarni yengib o'tasiz va o'z ishlab chiqarish faoliyatingizni yaxshi tashkil etasiz. Aks holda siz o'z ustingizda ko'p ishlashingiz kerak.

6.1 Tadbirkorlik faoliyatining obyektini sifatida tovar va xizmatlar to'g'risida umumiy tushuncha

Tadbirkor doimo xo'jalik aloqalari yoki iqtisodiy munosabatlar subyekti sifatida maydonga chiqadi. U tomonidan ishlab chiqilgan *mahsulot, tovar yoki xizmatlar* tadbirkorlik faoliyatining obyektini sanaladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida bu barcha 3 ta toifa tadbirkorlik faoliyatini obyektlarini, *tovar* deb bitta atama bilan atash qabul qilingan. Shunday qilib, *tovar* – *tadbirkorlik faoliyatining obyektidir*. Barcha tadbirkorlar o'z tovarlari bilan sotuvchi, ishlab chiqaruvchi xaridor sifatida bozorga chiqadi. Uning ishlab chiqarilishi uchun ishlab chiqarish jarayoniga zarur barcha unsurlarni sotib oladi, ishlab chiqarilgan tovarni sotadi va ishlab chiqarishni tashkillashtirish maqsadida tadbirkor bozorga iste'molchi sifatida chiqadi.

Tovar va u bilan bog'liq barcha narsalar, tadbirkorni band qiladigan, uning g'oya va rejalari asosida yotadigan tushunchalardir. Tovarning o'zi nima?

1. Eng avvalo, *tovar* – *bu mehnat mahsuli*. Bu yerda tabiiy bir savol tug'iladi: Biz iste'mol qiladigan barcha narsalar tovarmi, masalan, suv. Ta'kidlash joizki, mehnat deganda biz inson tomonidan tabiatni maqsadga muvofiq o'zgartirish yoki undan moddalarni ajratib olish va ularni iste'molga tayyor holatga yetkazishga yo'naltirilgan jismoniy yoki aqliy kuchlarini sarflash jarayonini tushunamiz. Daryodagi suv – bu hali tovar emas, uni suv quvuri qurish orqali umumiy oqimdan ajratib olish va iste'molchiga yetkazib berish tovarga aylantiradi.

2. *Mehnatning har qanday mahsuli ham tovar bo'lmaydi, balki ayirboshlash, sotish uchun ishlab chiqarilgan bo'lishi*, uni ishlab chiqarishga ketgan xarajatlari uchun tovonni oldindan, joriy yoki keyinchalik berishni nazarda tutuvchi, uning shakli, hajmi o'zaro bitim ishtirokchilari tomonidan aniqlanuvchi mahsulotdir.

Misol uchun, agar men kitob javoni tuzatsam va uni o'zimning xonadonimda o'rnatam, bu meni tovar ishlab chiqarganligimni bildirmaydi. Ammo, agar men bu javonni qo'shninga bersam va evaziga u menga 10 kilogramm olma olib kelsa yoki agar men javonni

sotib, xaridordan pul olsam, u holda men to‘la huquq bilan o‘zimni tovar ishlab chiqaruvchi deb atashim mumkin.

3. Tovar deb faqat sotish uchun mo‘ljallangan emas, balki iste‘molchining u yoki bu ehtiyojlarini qondiruvchi mehnat mahsuliga aytiladi. Boshqacha so‘z bilan aytganda, *tovar – bu unga egalik qilishdan iste‘molchi manfaatdor bo‘lgan mehnat mahsulidir.*

4. *Shunday qilib, tovar, shaxslarga o‘zlarining u yoki bu ehtiyojlarini qondirish xususiyatiga ega bo‘lgan iste‘mol qiymatiga, nafga ega.*

Tovarlarga katta sondagi, ko‘pchilik insonlar qiziqsa, masalan, asosiy oziq - ovqat mahsulotlari, ular yuqori iste‘mol qiymatiga (nafga) ega bo‘ladi. Albatta, ishlab chiqaruvchi bozorni u yoki bu tovar bilan to‘yinish chegarasini bilishi, inobatga olishi mumkin. Ishlab chiqaruvchi uchun bu juda muhim bo‘lib, ushbu axborot yordamida u ishlab chiqarishning eng yuqori chegarasini aniqlaydi. Shuningdek, tovarlarni o‘zaro o‘rinbosishi ham alohida o‘rin tutadi. Chunki, muayyan tovarni agar boshqa ishlab chiqaruvchi o‘rinbosar tovarini ishlab chiqarishni boshlagan bo‘lsa, kishilar shu tovar bilan o‘z ehtiyojlarini qondira olsalar, u holda tadbirkor bu tovarni, balki ishlab chiqarmagani ma‘qul bo‘lishi mumkin

Yuqori iste‘mol qiymati (naflilik) tovarning universal ehtiyojlar, ya‘ni deyarli barcha insonlarga, iste‘molchilarga xos bo‘lgan ehtiyojlarni (oziq - ovqat, kiyim - kechak va h.k.) qondirish uchun mo‘ljallanganligi bilan bog‘liq.

Boshqa tovarlar **past iste‘mol qiymatiga** ega bo‘ladi, chunki ular bilan kishilar qiziqmaydi yoki ularga faqat ilojsiz qolgandagina murojaat qilinadi yoki sotib olinadi. Past iste‘mol qiymatiga ega bahosi nisbatan past bo‘lgan tovarga qachonlardir sobiq ittifoq paytida ishlab chiqarilgan «Sayyoh nonushtasi» konservasini yoki bahosi yuqori bo‘lgan ko‘pchilik iste‘molchilarni qiziqtirmaydigan tovarga misol qilib «Malibu» avtomobilini aytish mumkin.

Shuningdek, **cheklangan iste‘mol qiymatiga (ega)** ega tovarlar ham mavjud bo‘lib ular muayyan doiradagi, unga katta bo‘lmagan kishilar guruhi (tor ixtisoslikdagi yoki tor ijtimoiy kishilar guruhi) uchun ishlab chiqariladi. Masalan tibet tibbiyotini o‘rganish uchun qo‘llanma yoki nogironlar aravachasi va h.k.

Bir qator tadbirkorlar o‘z ishlab chiqarishini oldindan buyurtma olgan holda **individual iste‘mol qiymatiga (nafiga)** ega tovarlar ishlab chiqarishga yo‘naltirishadi. Masalan, «Rolls-Roys» kompaniyasi o‘z

markasidagi avtomobillarni xaridorlarning individual xohish - istaklarini inobatga olgan holda oldindan buyurtma olib ishlab chiqaradi.

Iste'mol qiymati (nafliligi) – bu tovarni shaxsning u yoki bu ehtiyojini qondira olish qobiliyatidir (non insonning oziq - ovqatga, yegulikka bo'lgan ehtiyojini qondiradi, kitob – ma'naviy o'sishga bo'lgan ehtiyojini qondiradi va h.k).

6.2 Tovarining bahosi

Tovarning eng asosiy farqli tavsifi bo'lib **bozor bahosi**, ya'ni tovarga bo'lgan mulkchilik huquqiga egalik qilish uchun xaridor sotuvchiga (ishlab chiqaruvchiga) berishga rozi bo'lgan pul birliklari miqdori hisoblanadi. Bahoning asosida 1 – mavzuda ta'kidlaganimizdek, har bir tadbirkor qilishi majbur bo'lgan ishlab chiqarish xarajatlari yotadi.

Tadbirkor tovarning bozor bahosini bir necha turlarini farqlaydi:

- boshlang'ich;
- barqarorlashgan;
- monopol;
- demping;
- tugatish – qayta sotish.

Boshlang'ich bozor bahosi muayyan bozor uchun yangi bo'lgan, bozorga endi kirib kelayotgan tovarlarga xosdir. Boshlang'ich baho kelgusidagi real bozor bahosidan yuqori yoki past darajada belgilanishi mumkin. U yoki bu tomonga nisbatan chetlanish bozordagi tadbirkorning xulq atvori va uning strategik maqsadlariga, bozor sharoitlariga (raqobat darajasi, mazkur tovarning o'rinbosarlari mavjudligi, xaridorlarning to'lov qobiliyati darajasi va h.k) bog'liq.

Barqarorlashgan bozor bahosi bozorda oldindan mavjud tovarlar bilan dastlabki raqobatlashuv bosqichidan o'tgan va mazkur bozorda barqaror holatni egallagan tovarlarga xosdir. Misol uchun, bozorga uyali telefon apparatlari ilk marta kirib kelgan paytida ularning boshlang'ich bahosi bugungi bozor bahosidan ancha yuqori bo'lgan.

Monopol baho – raqobat yo'q bo'lgan sharoitda bozorga monopol ishlab chiqaruvchi yoki monopol yetkazib beruvchilar tomonidan keltiriladigan tovarlarga xos bo'lgan baho, ya'ni bozorga keltiriladigan tovar miqdori bilan uning bahosi o'rtasidagi muvozanatning bozor mexanizmining buzilishidir.

Demping baho – bu raqobatchilarga bosim o‘tkazish maqsadida, ataylab pasaytirilgan tovar bahosidir. Demping baholarni o‘rnatish ko‘pincha shu baholarni o‘rnatgan tadbirkorga nisbatan jarima sanksiyalarini qo‘llashga asos bo‘ladi. Demping baholar deganda turib qolgan bozor baholaridan 30 foiz chetlangan baholar tushuniladi. Shuningdek, demping baholar deb ishlab chiqarish xarajatlari darajasidan past darajada o‘rnatilgan baholar ham tushuniladi.

Dempingga qarshi chora - tadbirlar sifatida jahon savdo tashkiloti tomonidan 1967-yilda qabul qilingan «Dempingga qarshi Kodeks» ni aytishimiz mumkin. O‘zbekiston Respublikasida dempingga qarshi ilk me‘yoriy hujjat 2003-yil 11-dekabrda «Muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya to‘g‘risida¹»gi O‘zbekiston Respublikasining Qonuni qabul qilingan. 2008-yilda unga o‘zgartirishlar kiritilgan (*3-ilovaga qarang*).

Tugatish – qayta sotish bahosi – bu muayyan chegirma qilingan turib qolgan bahodir. Odatda bunday baholar mavsumiy talabga ega bo‘lgan, eskirgan model yoki namunadagi tovarlarga nisbatan o‘rnatiladi. Bunday baholar odatda ortiqcha tovar zaxiralarini tugatish, zarar ko‘rmaslik uchun bunday tovarlarni sotib foyda olish uchun qo‘llaniladi.

6.3 Tovar bahosi va ishlab chiqarish xarajatlari

Bozordagi tovar bahosi oldingi mavzularda qayd etilganidek bir qator omillarga bog‘liq. Ushbu mavzuda biz tovarning bahosi va ishlab chiqarish xarajatlari o‘rtasidagi o‘zaro bog‘lanishlarni qarab chiqamiz. Istalgan tovarni ishlab chiqarish xarajatlari kattaligi mahsulot birligiga to‘g‘ri keluvchi ularning material sig‘imi, mehnat sig‘imi va asosiy ishlab chiqarish vositalari qiymati bilan bog‘liq.

Tovarning material sig‘imi – bu tovarni yaratish jarayonini yuzaga keltiruvchi xomashyo, yarim tayyor mahsulotlar, energetika va boshqa resurslar, vositalar, moslamalar va yordamchi uskunalarning umumiy miqdoridir. Bunda material sig‘imi o‘z ichiga chiqindiga chiqqan yoki nuqsonli (brak) tovarlarga ketgan sarf - xarajatlarni ham oladi. Tovarning bahosi va uning material sig‘imi o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlikning mantiqi juda oddiy: material sig‘imi qancha katta bo‘lsa, uning bozor bahosi shuncha yuqori bo‘ladi. Istalgan tadbirkor shu

¹ O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi, 2004 y., 1-2-son, 4-modda; O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 52-son, 513-modda, 2008.

sababli o'zi ishlab chiqarayotgan tovarning material sig'imini pasaytirish orqali tovar bahosini kamaytirish hamda belgilangan barqaror darajada sotishni tashkil etib foydani oshirishga intiladi. Material sig'imini hisoblash natural va qiymat ko'rinishida amalga oshiriladi. Bu esa tadbirkorlik qarorini qabul qilish uchun quyidagi ikkita mumkin bo'lgan variantlardan bittasini tanlashni nazarda tutadi:

- **natural ko'rinishda mahsulot birligiga ketadigan material sig'imini kamaytirish** (Gazlamani bichish usullarini takomillashtirish hisobiga erkaklar kostyumiga 3,2 metr emas, balki 2,8 metr gazlamadan foydalanish va h.k.);

- **qiymat ko'rinishida material sig'imini pasaytirish** (xomashyolarni eski yetkazib beruvchilaridan voz kechib, xuddi shunday sifatdan nisbatan past bahoda xomashyo yetkazib beruvchi yangi sherik bilan shartnoma tuzish).

Yuqoridagi variantlardan birini tanlash, tadbirkorning material sig'imini pasaytirish orqali ishlab chiqarishni ratsionallashtirishni amalga oshirilayotganligini ko'rsatadi. Ishlab chiqarishni ratsionallashtirish bir turdagi resurs yoki xomashyoni boshqa nisbatan arzon, ammo sifat ko'rsatkichlarini, ishlab chiqaruvchi tovar xossalarini pasaytirmaydigan turiga almashtirish bilan bog'liq. Misol uchun, tadbirkorning mebel ishlab chiqarishda yog'och detallarni plastmassa materialga almashtirish to'g'risidagi qarori material sig'imini pasayishiga olib kelishi mumkin.

Demak, tovarning material sig'imini pasaytirish – muhim texnik iqtisodiy vazifa bo'lib, doimiy ravishda texnik, texnolog, iqtisodiy mutaxassislarni jalb qilgan holda ishlab chiqarish xarajatlarini tejashga yo'naltirilgan faoliyatdir.

Tovarning mehnat sig'imi – tovar birligini ishlab chiqarish uchun talab qilinuvchi mehnatning umumiy miqdori bo'lib, u o'z ichiga bevosita ishlab chiqarish jarayoniga aloqador (chilangar, duradgor va h.k.) va bevosita aloqador (sex boshlig'i, menejer, omborchi, direktor kotibi va h.k.) xodimlarning mehnat faoliyatini ham qamrab oladi.

Tadbirkor ishlab chiqarish jarayoni tahlilida har doim ham mehnat miqdorini hisoblash shaklini almashtirmaydi yoki almashtirishga qaror qabul qilish har doim ham yuqori iqtisodiy samaraga, ishlab chiqarishni ratsionallashtirishga olib kelmaydi.

Misol uchun, mahsulot birligiga mehnat xarajatlari hozirgi vaqtda natural ko'rinishda 8 soatni (qiymat ko'rinishida 40000 so'm) tashkil qilsin.

Faraz qilaylik, tadbirkorda ishlab chiqarish jarayonida band 2 ta ishchini mehnat unumdorligi 2 marta yuqori bo'lgan bitta ishchiga almashtirish imkoniyati bo'lsin. Ammo, tadbirkor yangi ishchiga 2 marta yuqori haq to'lashiga to'g'ri keladi. Shunday qilib, yangi ishchini jalb qilish mahsulot birligiga mehnat xarajatlarini natural shaklda 4 soatga (hozirgi vaqtdagiga nisbatan 2 marta kam), pul shaklida esa 40000 so'mga teng bo'ladi (ya'ni o'zgarish bo'lmaydi). Bunday holda tadbirkor qanday qaror qabul qiladi?

Bir qator iqtisodchilar, tadbirkorlar kabi, biron – bir loyihani hisob- kitob qilishda umumiy mehnat xarajatlarini hisoblashning natural shaklini qo'llashadi. Kelib chiqishi rus bo'lgan mashhur amerika olimi iqtisodiyot fani bo'yicha Nobel mukofoti laureati Vasiliy Leontev o'zining chiqishlaridan birida aytishicha, uni ikkita orolni bog'laydigan suv osti tonneli loyhasining iqtisodiy hisob - kitoblarini o'tkazish uchun Yaponiyaga ishga taklif etganlarini va u natural shaklni qo'llaganligini aytadi. Dastlab, u ishchilarning mutaxassisliklari bo'yicha ish tur'lariga qarab ish soatlarini hisoblaganini, keyinchalik esa ko'zda tutilgan soatbay stavkani har bir ishchilar toifasi bo'yicha ish soatlariga ko'paytirganligi hamda olingan barcha natijalarni qo'shgan holda loyihani amalga oshirishga jalb qilingan xodimlarning xarajatlari qiymatini hisoblaganini aytadi. Boshqacha aytganda, V.Leont'ev oldin loyiha mehnat sig'imini natural shaklda, keyin esa pul shaklida aniqlagan.

Mehnat sig'imini kamaytirish yo'li bilan ishlab chiqarishni ratsionallashtirish quyidagi variantlarga olib keladi:

- *natural shakldagi mehnat xarajatlari bilan birga pul shaklidagi mehnat xarajatlarini qisqartirish* (misol uchun, ishlab chiqarishdagi uzilishlar, «chekib olishlar» va h.k.larni qisqartirish hisobiga mehnat unumdorligini oshishiga erishish mumkin);

- *natural shakldagi mehnat xarajatlari qisqarishi bilan birga pul shaklidagi mehnat xarajatlarini qisqartirish*, holbuki, bunda pul shaklidagi xarajatlarning qisqarish sur'atlari natural shakldagi xarajatlarning qisqarish sur'atlaridan orqada qoladi.

Mahsulot birligiga asosiy ishlab chiqarish vositalarining qiymati ko'rsatkichi tovar ishlab chiqarish jarayonida qo'laniladigan barcha texnik unsurlarning qiymatlari yig'indisini ushbu texnik unsurlar yordamida ishlab chiqarilishi mumkin bo'lgan tovar mahsulotlarining umumiy miqdoriga bo'lish orqali hisoblanadi (har bir texnik unurning

normativ ishlash muddati har xil bo'lgani uchun har biri alohida hisoblanadi).

Misol uchun, ishlab chiqarish jarayonida A va B stanokdan foydalanamiz. Bir yil davomida biz 1000 birlik tovar ishlab chiqarishimiz mumkin. A stanok 100 000 pul birligiga, B stanok esa – 160 000 pul birligiga olingan. A stanokning normativ ishlash muddati 2 yil, B stanokniki esa 4 yilni tashkil etadi. Ushbu texnik unsurlarning turlarini tovar birligiga hisoblagandagi qiymat quyidagiga teng:

A stanok bo'yicha – 100000 p.b. 2 yil 1000 tovar birligi = 50 p.b.

B stanok bo'yicha – 160000 p.b. 4 yil 1000 tovar birligi = 40 p.b.

A va B stanoklar bo'yicha birgalikda – 90 p.b

Albatta, bu ko'rsatkich amortizatsiyani ifoda etadi, ammo biz ongli ravishda ushbu atamani qo'llamaslikka harakat qilyapmiz. Chunki, amortizatsiya – bu tadbirkorda oldindan mavjud uskuna va ishlab chiqarishning boshqa texnik unsurlariga nisbatan qo'llaniladi. Bu esa mazkur holatda tadbirkorning boshlang'ich bosqichdagi ishlab chiqarishni boshlash haqida qaror qabul qilish yoki tadbirkorlik g'oyasidan voz kechish davridagi harakatlarini tahlil qilishga harakat qilmoqdamiz. Tabiiyki tadbirkor bunday sharoitda tovar ishlab chiqarishga ketadigan o'zining ushbu xarajatlarini qisqartirishga harakat qiladi. Bunga ishlab chiqarishni ratsionallashtirish yo'li bilan erishish mumkin. Ushbu holatda bu quyidagicha bo'ladi: unumdorligi nisbatan yuqori bo'lgan, ya'ni 1000 ta emas 2000 ta tovar ishlab chiqaradigan uskuna topish zarur yoki normativ ishlash muddati 3 yil emas, balki 5 yil bo'lgan uskunani izlash zarur. Ushbu uskunaning bahosi nisbatan yuqori bo'ladi, ammo bahoning oshishi unumdorlikning o'sishidan past bo'lishi yoki normativ ishlash muddati oshishi oldingisidan yuqori bo'lishi kerak. Bunda quyidagi variantlar bo'lishi mumkin:

- yangi stanokning bahosi oldingisidan 60 % ga yuqori, ammo uning unumdorligi normativ ishlash muddati bir xil bo'lgani holda 100 % yuqori;

- yangi stanokning bahosi oldingisiga teng, uning unumdorligi ham bir xil, ammo normativ ishlash muddati 3 yil emas, balki 5 yil;

- yangi stanokning bahosi eskisi bilan bir xil, normativ ishlash muddatlari ham bir xil, ammo yangi stanokning unumdorligi 10 % yuqori (6.3.1 - jadval).

Turli xil uskunalarning bahosi, unumdorligi va normativ ishlash muddatlari

6.3.1 -jadval

Variant	Uskunaning turi	Baho, AQSH dollarida	Unumdorligi, yiliga/birlik	Normativ ishlash muddati
1	Mavjud stanok	10 000	1000	3
2	A yangi stanok	10 000	1000	5
3	B yangi stanok	10 000	1200	3
4	V yangi stanok	10 000	1100	4
5	G yangi stanok	12 000	1200	3
6	D yangi stanok	12 000	1100	4

Ushbu jadvalni yana turli xil variantlar bilan davom ettirish mumkin. Ammo, biz jadvalga kiritilgan variantlar ichidan qaror qabul qilish uchun maqsadga muvofiq'ini tanlaymiz (6.3.2 - jadval).

Uskunalarining samaradorligini hisoblash variantlari

6.3.2 - jadval

Variant	Natija
1	$10000 : 3 : 1000 = 3,33$
2	$10000 : 5 : 1000 = 2,0$
3	$10000 : 3 : 1200 = 2,77$
4	$10000 : 4 : 1100 = 2,27$
5	$12000 : 3 : 1200 = 3,33$
6	$12000 : 4 : 1100 = 2,72$

Demak, 6.3.2 - jadvaldan ko'rinadiki, eng maqsadga muvofiq, maqbul variant 2 – variant bo'lib, unda har bir tovar birligiga eng kam 2,0 AQSH dollari miqdorida uskunalar, asosiy fondlarning qiymati ustama sifatida to'g'ri keladi.

6.4 Tadbirkorlik g'oyasi va tovarning hayotiy sikli to'g'risida umumiy tushuncha

Ma'lumki, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish har doim qandaydir bir aniq g'oyaga asoslanadi. Tadbirkorlik g'oyasi mukammal ravishda o'ylab chiqilgan tadbirkorning innovatsion tashabbusi bo'lib, u o'z ichiga yaxlit ishlab chiqarish jarayonini yoki uning alohida bir

qismlarini qamrab olishi mumkin. Agar tadbirkorlik g'oyasining alohida olingan qismlariga e'tibor qaratadigan bo'lsak, u holda tadbirkorning innovatsion faoliyatining asosiy yo'nalishlarini ajratib ko'rsatish mumkin bo'ladi:

- ishlab chiqarishni boshqarish tizimini o'zgarishi;
- sherikchilik aloqalarining mavjud tizimini almashtirish yoki takomillashtirish;
- yangi texnika va texnologiyalarni qo'llash;
- tovar ishlab chiqarishda yangi, nisbatan tejamli yoki mustahkam materiallarni qo'llash;
- dizaynni yaxshilash, tovarni o'ramini takomillashtirish;
- reklama ishini tashkil etishning nisbatan yangi tizimi;
- marketing tadqiqotlari natijalariga tez ta'sir ko'rsatish;
- kapital aylanish muddatini qisqartirish;
- olingan foydani ishlatishning nisbatan samarali shakllarini aniqlash.

Tadbirkor faoliyatining innovatsion tavsifi nafaqat yuqoridagidek ishlab chiqarish omillariga, balki ishlab chiqarish jarayonida qatnashuvchi kishilarning o'zaro munosabatlarini o'zgartirishga ham bog'liq. Bunday holatda tadbirkorlik g'oyasi quyidagicha harakatlar yo'li bilan amalga oshiriladi:

- ishlab chiqarish jarayonida past malakali xodimlarni «chiqarib tashlash» uchun ishchilarni to'la yoki qisman almashtirish;
- ishlovchilar jamoasida «maxsus ruhni» yaratish, ularga maqsadga erishish uchun vazifalar, rag'batlar qo'yish;
- har bir ishchi tomonidan ish vaqtidan unumli foydalanish bo'yicha chora-tadbirlar qabul qilish va h.k.

Innovatsion g'oya deganda original tovar ishlab chiqarishning mavjud imkoniyati yoki ishlab chiqarilayotgan tovarlarni yaxshilangan modifikatsiyasi yoxud yangi tovar markalarini tushunamiz. Innovatsion faoliyat – ITTKI (*ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari*) larning natijasi hisoblanadi. Bu yerda ITTKI ni kim amalga oshirishi – ishlab chiqaruvchi, maxsus firma, ITI, laboratoriyalarni buning ahamiyati yo'q.

Bunda tadbirkor asosan o'zi amalga oshirayotgan g'oyasi asosida yotuvchi tovar iste'molchi tomonidan normal qabul qilinishiga ishonishi kerak. Aks holda, innovatsiya faoliyati juda tavakkalchilikli bo'lib qoladi. Chunki, dunyoga mashhur ko'pgina firmalar innovatsion

takliflarini amalga oshirish oqibatlarini noto'g'ri baholaganliklari sababli ulkan zararlar ko'rgani bizga ma'lum. Tavakkalni pasaytirish kafolati tadbirkor ega bo'lishi lozim bo'lgan aniq axborot hisoblanadi. Ayrim ma'lumotlarga ko'ra, g'arb mamlakatlarida bozorga taklif etilayotgan 40 % yangi tovarlar mag'lubiyatga uchraydi. Ushbu maqsadda ko'pgina firmalar yangi tovarlarni ishlab chiqarish yoki yangi faoliyat turlarini o'zlashtirishi uchun maxsus tavakkalchilik jamg'armalarini tashkil etadilar.

Axborot materiallari tadbirkorlik g'oyasining asosini tashkil etadi. Axborot manbalari sifatida tadbirkorning aniq bilimlari xizmat qiladi:

- bozor va uning ehtiyojlari to'g'risidagi;
- ishlab chiqarishning yangi texnologiyalari, materiallari va usullari paydo bo'lishi to'g'risida;
- muayyan tovar bilan ta'minlanganlik bo'yicha tarkibiy yoki geografik uzilishlar to'g'risidagi.

Agar g'oyalar manbalarini aniqlashtiradigan bo'lsak, ular quyidagilar bo'lishi mumkin:

- iste'molchilar (so'rovlar, sotsiologik tadqiqotlar va h.k.);
- c'implar (agar ular yangi tovarlar, materiallar va h.k. yaratishga yo'naltirilsa);
- raqobatchilar (ularning xulq-atvori, faoliyati va h.k.);
- savdo agentlari, savdo xodimlari, sotuvchilar, dilerlar va boshqa vositachilar;
- u yoki bu masalalar bo'yicha tadbirkorning maslahatchilari (ishlab chiqarish, dizayn, marketing, reklama, boshqaruv bo'yicha);
- axborot sharhlarini, davriy nashrlarni tahlil etuvchi firma ishchilar.

Bozorning o'zi eng muhim axborot manbai hisoblanadi. Xususan, tadbirkor bozorda o'z tovarining egallagan o'mi, joriy holati, bozorni undagi ulushni kengaytirish imkoniyatlari bilan qiziqadi. Shu haqda u o'zi chuqur o'ylashi, qolaversa, o'z xodimlarini shunga yo'naltirishi kerak. Ana shundagina tadbirkor o'z faoliyatida muvaffaqiyatga erishishi mumkin.

Ta'kidlash lozimki, samarali sherikchilik aloqalari tadbirkorlik muvaffaqiyatining kalitlaridan biri sanaladi. Sheriklar xoh iste'molchi bo'lsin, xoh ishlab chiqaruvchi bo'lsin tadbirkor bilan axborotlarni to'liq ayirboshlashi kerak. Ushbu asosda tomonlarda ishlab chiqarish jarayonida yangi tovarni yaratish, yangi materiallarni qo'llash, o'rinbosar xomashyodan foydalanish imkoniyati tug'iladi.

Shunday qilib, tadbirkorlik g'oyasining tug'ilishi tadbirkor tomonidan o'z ishlab chiqarishi, bozorni va mavjud sherikchilik aloqalari tizimini tahlil qilish bilan bog'liq. Innovatsion faoliyatning yuqoridagi har bir yo'nalishlari muayyan ketma-ketlikda chora-tadbirlar ishlab chiqishni taqozo etadi. Masalan, yangi tovar yaratishning asosiy bosqichlari quyidagicha bo'lishi mumkin:

1. Innovatsion g'oyalarning shakllanishi;
2. Nisbatan istiqbolli g'oyalarni tanlash;
3. Fikrni to'liq ishlab chiqish va ekspert baholash;
4. Tanlangan g'oyalarga nisbatan biznes-rejaning barcha detallarini ishlab chiqish;
5. Biznes-rejani ekspert baholash;
6. Ishlab chiqarishni tashkil etish va tovarni bozorga yo'naltirishni imitatsiya qilib, sinovdan o'tkazish;
7. Tovarni tajriba sifatida ishlab chiqarish va bozor sharoitida sinash;
8. Ishlab chiqarish va tovarni bozorga yo'naltirish tartibini muvofiqlashtirish.

Bunda har bir bosqich o'ziga xos xususiyatlarga ega ekanligini inobatga olish zarur. Misol uchun, innovatsion g'oyalarni shakllantirish bo'yicha bosqich katta sondagi shunday g'oyalarni ishlab chiqishni maqsad qilib qo'ysa, u holda keyingi bosqich ularni tanlash yo'li bilan sonini qisqartirishga qaratiladi. Ushbu bosqichning maqsadi kam samarali va muvaffaqiyat qozonishi shubha ostida bo'lgan g'oyalarni aniqlash hamda tushirib qoldirishdan iborat. Agar g'oya tanlov jarayonida yaxshi deb topilsa ham, uni muayyan bir tadbirkor, uning umumiy strategiyasi, maqsadlari, resurslari va h.k.larga to'g'ri kelishi masalasini hal qilishi kerak.

Shu munosabat bilan ta'kidlash kerakki, dastlab tadbirkorda tovar g'oyasi tug'iladi, keyinchalik uni bir qator ekspert baholash bosqichlaridan o'tkazib tovar na'munasi yoki ma'lum xossa, xususiyatlarga ega bo'lgan real tovar yaratiladi.

Ma'lumki, har bir tovar to'rtta bosqichni o'z ichiga oluvchi hayotiy siklga ega:

- *tovarning bozorga kiritilishi;*
- *o'sish;*
- *yetuklik;*
- *qarish.*

Turli tovarlarga nisbatan hayotiylik sikli uzoq-muddatli, oddiy va tez kechuvchi bo'lishi mumkin. Tadbirkor uchun o'zi ishlab chiqara boshlagan tovarining hayotiy sikli haqida ishonchli ma'lumotlar olish muhimdir. Agar bozorda o'xshash tovar bo'lsa, ya'ni oldindan ishlab chiqarilib bozorga taklif etilgan bo'lsa, u holda mazkur jarayon yanada muhim ahamiyat kasb etadi. Aksincha, tadbirkor tomonidan ishlab chiqarilgan tovarning bozorga kiritilishi o'rinbosar tovarning qarish bosqichiga to'g'ri kelishi mumkin. U holda bozorga yangi taklif etilgan tovar sotilmasligi va uni ishlab chiqarishni darhol to'xtatish mumkin.

Albatta, tovarning hayotiy siklini aniqlash juda murakkab vazifa hisoblanadi. Chunki tovarning hayotiy siklini, u tugagandan keyingina kuzatishimiz mumkin. Shuning uchun, hayotiy sikl tugagandan keyin biz tovar o'z «umri» ning qaysi vaqtini qaysi davrlarda, oraliqlarda bosib o'tganligini aniq ko'rsatishimiz mumkin bo'lsa, aksincha tovar «hayoti» davrida bizning barcha hisob-kitoblarimiz taxmindan boshqa narsa bo'lmaydi.

Shunday holatlar bo'ladiki, firmalarning rejalashtiruvchi bo'limlari amalda sotilayotgan tovarni hayotiylik sikli yetuklik bosqichiga kirib bo'ldi deb hisoblab, unga bo'lgan qiziqishni yo'qotishadi. Amalda esa bu tovar o'sish bosqichida bo'lib, firma olish mumkin bo'lgan qo'shimcha foydadan mahrum bo'ladi. Ba'zan aksincha bo'ladi, firma o'z tovarining hayotiylik sikli «o'sish» bosqichiga o'tdi deb hisoblab, uni o'zlashtirishni davom ettiraveradi, oqibatda «qarish bosqichiga» o'ta boshlagan tovarning ortiqcha ishlab chiqarilgan zaxiralari omborlarda to'planib qoladi. Aynan shuning uchun ham «ikkinchi to'lqin» ishlab chiqaruvchilari tovarlarning hayotiy sikli bosqichini juda aniq belgilab olishlari lozim. Ana shundagina ular ishlab chiqarmoqchi bo'lgan yangi tovarni bozorga kiritish bo'yicha strategiyani hamda qarorni to'g'ri qabul qiladilar.

Demak, yangi tovarlarning ishlab chiqarishda ishlab chiqarilayotgan va boshqa tovarlarning amalda bozorda mavjud tovarlarining hayotiy siklining nisbatlarini inobatga olish mumkin. Istalgan korxonaga muvaffaqiyatli rivojlanishi uchun o'sish bosqichida raqobatbardosh tovarlarga muhtoj bo'ladi.

Yuqorida aytilganlardan kelib chiqqan holda aytish mumkinki, ishlab chiqarilayotgan tovarlarning hayotiylik siklini kompleks o'rganish muhim bo'lib, bu nafaqat raqobatchi firmalarning tovar va xizmatlarini, balki o'zining o'xshash tovar va xizmatlarini ham o'rganishni taqozo etadi.

Shuni alohida ta'kidlash kerakki, «moda» li tovarlar ishlab chiqaruvchi, dizayn bilan shug'ullanuvchi ishlab chiqaruvchilar bozor bilan, tovarning hayotiy sikli bilan juda chambarchas aloqada, munosabatda bo'lishlari, bozor signallariga javoban o'z vaqtida tovarlarga tegishli o'zgartirish va qo'shimchalar kiritib turishlari lozim bo'ladi.

Bozor va unda sodir bo'layotgan jarayonlar to'g'risidagi to'liq ma'lumotlarni marketing tadqiqotlari beradi.

6.5. Tadbirkorlikda marketing

Marketing (*inglizcha market – bozor, sotish* so'zlaridan olingan bo'lib bozorshunoslik, bozorni o'rganish ma'nosini bildiradi) o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- bozorni o'rganish va ishlab chiqarilayotgan tovarlar sotuvini kengaytirish maqsadida iste'molchilar talabiga faol ta'sir ko'rsatishga qaratilgan chora-tadbirlar tizimi;
- bozorni tadqiq etish va prognozlash asosida foyda olishga, muayyan bir aniq iste'molchilar guruhi talabini qondirishga yo'naltirilgan ishlab chiqarishni tashkil etish va sotishning kompleks tizimi;
- ayirboshlash asosida kishilar ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan faoliyat turi.

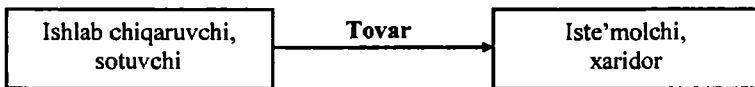
Marketing bilan bog'liq ishlarni bajarish bilan marketolog – mutaxassislar shug'ullanishadi va shu asosda ular bozorning «bo'sh» joylarini to'ldirish, iste'molchilar ehtiyojlarini tobora ko'proq qondirish bo'yicha aniq tavsiya hamda takliflar tayyorlaydilar.

Marketing konsepsiyasi negizida potensial xaridorlarning ehtiyoj va talablarini qondirish yotadi. Uning paydo bo'lishining asosiy sababi ommaviy ishlab chiqarish sharoitida sotishning qiyinlashuvi va savdo faoliyatining qiyinchiliklari bilan bog'liq. Bunday sharoitlarda tovarlarni ortiqcha ishlab chiqarishdan qochish uchun tovarlarni bozorga tomon harakatlantirish mexanizmini jiddiy o'rganish talab qilinadi.

Marketingda asosan 2 ta shartli bozor turi farqlanadi:

«Sotuvchi bozori» va «Xaridor bozori».

«Sotuvchi bozori» hukmronlik qilgandagi iqtisodiy holat sotuvchi tomonidan tovarni iste'molchiga «o'tkazilishi», «majburlab berilishi» bilan tavsiflanadi (6.5.1-chizma), ya'ni xaridor faqat bozorda, sotuvchida mavjud tovarnigina xarid qiladi.



6.5.1-chizma. «Sotuvchi bozori» sharoitida ishlab chiqaruvchi va iste'molchining o'zaro munosabatlari.

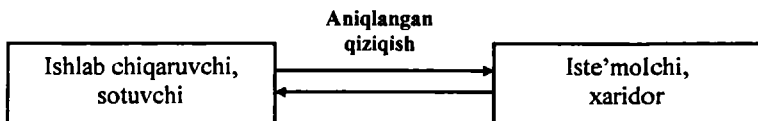
Bunday holatda, ishlab chiqaruvchi tovarni ishlab chiqaradi va undan keyin shu tovarni sotib olishga rozi bo'lgan iste'molchilarni izlashga faol ravishda kirishadi.

Biroq, ishlab chiqarish tarkibi murakkablashuvi va aynan bir xil tovarlar ishlab chiqaruvchilar soni oshib borgan sari iste'molchi uchun kurashga, o'z iste'molchilari guruhini topishga obyektiv kurash boshlanadi. Bunday holatda, agar ishlab chiqaruvchi aniq bir iste'molchiga tomon o'z tovarini yo'naltirsa, murakkab raqobat sharoitidan osonlik bilan chiqib ketadi, ammo bu tadbirdan o'z xatti-harakatlarini tubdan o'zgartirishni talab etadi. Shu sababli tadbirkor tovarni ishlab chiqarishdan oldin:

1) tovar aynan kimga (iste'molchilarning qaysi guruhiga) mo'ljallanganligini aniq bilishi kerak;

2) iste'molchi nuqtayi nazaridan tovarning qaysi sifat va miqdoriy tavsiflari xususiyatlari maqsadga muvofiq yoki qulay.

Boshqacha so'z bilan aytganda, ishlab chiqaruvchi bunday sharoitda ishlab chiqarishni boshlashdan oldin potensial yoki bo'lg'usi iste'molchining qiziqishlarini o'rganishga majbur bo'ladi (6.5.2-chizma).



6.5.2-chizma. «Iste'molchi bozori» sharoitida ishlab chiqaruvchi va iste'molchining o'zaro munosabatlari.

Bunday holat shuni bildiradiki, iqtisodiy munosabatlar «iste'molchi bozori» ning «sotuvchi bozori» ustidan hukmronlik qilish, ustun kela boshlashini bildiradi. Bunday yangi holat ishlab chiqaruvchining o'z taktika va strategiyasini o'zgartirishini taqozo etadi.

Marketing konsepsiyasidan to'la, yaxlit holda foydalanish imkoniyati «ishlab chiqaruvchi bozori»dan «iste'molchi bozori»ga o'tish davrida yuzaga keladi. Bunda nafaqat butun bir bozor umumiy holda yoki yaxlit holda o'rganiladi, balki ishlab chiqaruvchi o'z faoliyatini yo'naltirishi lozim bo'lgan iste'molchilar guruhi qiziqishlarini ifoda etuvchi bozorning qismi, bo'lagi yoki segmenti o'rganiladi.

Marketing tadqiqotlarini amalga oshirishda ishlab chiqaruvchi (sotuvchi) o'z faoliyatini yo'naltirgan yoki yo'naltirmoqchi bo'lgan iste'molchilarning u yoki bu guruhi manfaatlari, qiziqishlari mujassamlashgan bozorning muayyan bir segmentini ajratib olish muhimdir.

Har bir firma yoki korxonada o'z istiqbolini ko'zlar ekan (ayrim firmalar faqat joriy faoliyatdan foyda olishni o'ylaydi) o'zining sifatni boshqarish tizimini ishlab chiqishga harakat qiladi. Bunday tizimlardan foydalanuvchi firmalar ikkita istiqbolli vazifalarni hal qilishni nazarda tutadilar:

- o'zlari ishlab chiqarayotgan mahsulotning joriy sifatini saqlab qolish;
- ishlab chiqarilayotgan tovarning sifat xususiyatlari va xossalarni doimiy ravishda oshirib borishga harakat qilish.

Tadbirkor o'z faoliyati davomida ishlab chiqarayotgan tovari boshqa tovarlardan farqlanishini, iste'molchilar uning tovarini tanlab, topib olishlariga intiladi. Bozorda tovarni boshqalaridan farqlashning oddiy vositasi – uning **tovar belgisi** (*trademark*) sanaladi. Odatda, **tovar belgisi** – tovarni harflar bilan, tasviriy, ko'rgazmali yoki aralash belgilari bilan ifodalanishidir. Ba'zan tovar belgisi muayyan buyumlar yoki o'ramlar shaklida maydonga chiqadi (misol uchun «Coca-cola» yoki «Pepsi» ning firmaviy shisha idishlari). Tovar belgisining asosiy maqsadi – u yoki bu tovarni boshqalaridan ajratib turadi.

Tovar markasi bilan bir qatorda **xizmat ko'rsatish belgisi** qo'llaniladi va u ishlab chiqaruvchi tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlarni boshqa taklif etilayotgan xizmatlardan ajralib turishi uchun maxsus belgilashdir. Xizmat ko'rsatish belgilaridan asosan banklar, sug'urta kompaniyalari, investitsiya jamg'armalari, auditorlik, konsalting firmalari, turistik va mehmonxona korxonalari, ko'ngilochar tashkilotlar, stadionlar, temir yo'l, aviatsiya va avtobus hamda boshqa transport kompaniyalari foydalanadi. Tovar belgilari kabi xizmat ko'rsatish belgilari ham aynan bir xil huquqiy me'yorlar asosida himoya qilinadi.

Istalgan tadbirkor o'zining tovar belgisini boshqa ishlab chiqaruvchilardan himoya qilishga intiladi, chunki boshqa ishlab chiqaruvchi mazkur tovar belgisidan foydalanib, o'zlarining sifatsiz, o'xshash tovarlarini ishlab chiqarishlari va natijada iste'molchilarning savdo belgisiga nisbatan ishonchlari yo'qolishi mumkin.

Oqibatda firmaning ishbilarmonlik obro'si iste'molchilar ko'z o'ngida pasayib ketadi.

Tovar belgisini himoya qilish uni o'rnatilgan qonuniy tartibda rasmiy ravishda ro'yxatdan o'tkazish orqali amalga oshiriladi. Davlat ro'yxatidan o'tkazilgan tovar belgisi tovar belgilarining davlat reestriga kiritiladi. Tovar belgisi egasiga undan foydalanish bo'yicha monopoliya huquqi beriladi, ya'ni o'z tovarlari, firma mahsulotlari va xizmatlarida yorliq sifatida foydalanish huquqi beriladi.

Tovar belgisi tovarning o'zida va o'ramida, tijorat hujjatlarida, reklama loyihalarida, chizmalarda, har xil blanklarda, yorliqlarda qo'llangani holda firma tomonidan taklif qilinayotgan yuqori sifatli va ishonchli mahsulot yoki xizmatlarga iste'molchilar diqqatini tortishi kerak.

Bozorda tan olingan tovar belgisi real qiymatga ega. Rivojlangan mamlakatlar tadbirkorlik amaliyotida tovar belgisi pul ko'rinishida ifodalanadi. Ro'yxatga olingan tovar belgisidan foydalanish huquqini boshqa firmaga sotilishi mumkin.

Tovar belgisining bahosini aniqlashda sotuvchi va xaridor taqqoslama tahlilni amalga oshiradi:

- tovar belgisidan foydalangan holda olingan kutilayotgan qo'shimcha foydani (ushbu tovar belgisi bilan o'ralgan va yorliqlangan tovarlarni sotish hisobiga) hisoblaydi;

- tovar belgisidan foydalanish huquqi uchun sotuvchi tomonidan so'ralayotgan bahoni tahlil qiladi.

Ushbu ikkita omillarning taqqoslama tahlili bahoni tartibga solishda asos bo'lib xizmat qiladi. Ta'kidlash lozimki, bunday bitimning predmeti bo'lib tovar belgisining o'zi emas, balki cheklangan muddat oraliqda undan foydalanish huquqi xizmat qiladi. Mazkur muddatda 1 yil, 3 yil va undan ko'proq bo'lishi mumkin hamda muddat tugagach tomonlarning xohishiga ko'ra cho'zilishi mumkin.

Mazkur tovar belgisini uchinchi tomon noqonuniy ravishda qo'llasa, uning egasi sud orqali ko'rilgan zararni qonuniy undirish huquqiga ega. Mazkur tovar belgilari va ulardan foydalanish bilan bog'liq xalqaro darajadagi me'yoriy hujjatlar bilan 1986-yilda Jahon Savdo tashkilotning Urugvayda bo'lib o'tgan yig'ilishda tasdiqlangan.

Ammo, dastlabki xalqaro kelishuv 1891-yil 14-apreldagi Madridda bo‘lib o‘tgan «Tovar belgilarini xalqaro ro‘yxatdan o‘tkazish to‘g‘risida» gi kelishuv bo‘lib, bugungi kunda 25 dan ortiq mamlakatlar uning ishtirokchilari sanaladi. Bundan tashqari bir qator boshqa xalqaro kelishuvlar ham mavjud, masalan, 1957-yil 15-iyundagi tovar va xizmat belgilarini ro‘yxatga olish uchun Xalqaro tasniflash to‘g‘risidagi Nitsta kelishuvi va h.k.

Dunyo tijorat amaliyotida shunday tushuncha borki – bu u yoki bu firmaning sifatni boshqarish tizimini sertifikatlash deb ataladi. Firmalar tomonidan qo‘llaniladigan sifatni boshqarish tizimi 1987-yilda qabul qilingan «ISO 9000 standartlari» nomi bilan mashhur hujjatlar asosida baholanadi.

ISO 9000 standartlari sifat tizimining uchta etalon modellari tavsifini o‘zida mujassamlashtirgan. Faraz qilaylik, agar so‘z qandaydir bir yangi mahsulotlarni tayyorlash, masalan, xossalari, xususiyatlari yaxshilangan televizor, kompyuter ishlab chiqarish bo‘lsa, u holda sifat tizimi mahsulotni yaratishdan to uni sotishgacha bo‘lgan texnologik zanjirni to‘lalgicha qamrab oladi. Bu sifat tizimining birinchi modeli – ISO 9001 standarti hisoblanadi.

Bu tizimning ikkinchi modeli ISO 9002 standarti bo‘lib, mahsulotni ishlab chiqarish va sinash bosqichlarida amal qiladi. Agar faqat mahsulot sifatini nazorat etish va buyurtmachiga sinash yo‘li bilan mahsulotni standartlarga, shartnoma shartlariga mos kelishini ko‘rsatish talab qilinsa, u holda uchinchi model ISO 9003 standarti tanlanadi.

Ushbu tizimlar qurilishining asosiy tamoyillari – mahsulotlarni tayyorlash va ishlab chiqarish bosqichlarida nuqsonlardan ogohlantirishdir: «Nuqsonlar to‘g‘risida ogohlantiriladi, ular bartaraf etilmaydi». Bunday standartlar bugungi kunda 30 dan ortiq mamlakatlarda qo‘llaniladi.

Sifatni boshqarishning sertifikatlashgan tizimiga ega firmalar reestriga kirish har bir korxonaga uchun obro‘ hisoblanadi. Bu har bir korxonaga uchun eng zo‘r reklama, yoki sertifikat mahsulotlarga juda qat‘iy talablar qo‘yuvchi obro‘li, mustaqil tashkilotlar tomonidan firma mahsuloti sifati tan olinganligini bildiradi.

Sifatni boshqarish – bu firmalarga bozorda o‘z tovarlarining raqobatbardoshligini saqlab qolish yoki oshirishga imkon beruvchi tashkiliy, marketing, texnologik chora-tadbirlarning maxsus tizimidir. Sifatni boshqarish konsepsiyasini boshlang‘ich nuqtasi firmani boshqarishning umumiy konsepsiyasi hisoblanadi.

Xo'jalik yuritish sharoitlarining o'zgarishi davriy ravishda tadbirkorlarni boshqaruv faoliyatiga e'tiborni o'zgartirishlarini talab etadi. Chunki, menejment fani diqqat markazida turli davrlarda turli resurslar bo'lgan, jumladan, ishlab chiqarish, moliyaviy, tijorat, xodimlar resurslari va h.k.

O'tgan asrning 80 - yillaridan keyin texnika va texnologiyalar rivojlanishi jadallashuvi bilan boshqaruv obyekti sifatida ko'pgina Yaponiya, AQSH va G'arbiy Yevropa davlatlarida **texnologik resurslar** maydonga chiqdi. Oqibatda shu davrdan boshlab texnologik resurslarni boshqarish yoki texnologik menejment dunyoga keldi. Bugungi kunda butun dunyoda mazkur sohaga katta e'tibor qaratilayotganligining asosiy sabablaridan biri kutilmagan texnologik ilgari ketishlar ehtimolliklarining olib borishi bilan bog'liq.

Texnologik resurslarni boshqarish 3 ta asosiy vazifani o'z ichiga oladi – optimallashtirish, boyitish va texnologik salohiyatni himoya qilish.

Optimallashtirish maqsadi – texnologik salohiyatdan maksimal darajada to'liq foydalanish yo'llarini izlash.

Boyitish – texnologik salohiyatni to'plab, boyitib borish va juda bo'lmaganda qadrsizlanishini oldini olish.

Himoya qilish – sanoat mulkini himoya qilish, korxonalar sirlarini «oqib ketmasligini» oldini olish uchun kashfiyotlarni, yaratilgan barcha jihozlar, uskuna, taklif va tavsiyalarni patentlash.

Mavzuga oid tayanch iboralar

Taklif subyekti, taklif obyekti, tovar, tovarning iste'mol qiymati (yuqori, past, chekli, individual), tovar bozorining to'yinish chegarasi, tovarlarning o'zaro o'rin bosishi, o'zaro o'rin to'ldiruvchi tovarlar, monopol baho, demping baho, tugatish – qayta sotish bahosi, real baho, ishlab chiqarish xarajatlari, tovarning material sig'imi, ishlab chiqarishni ratsionallashtirish, asosiy ishlab chiqarish fondlari, boshlang'ich bozor bahosi, turib qolgan baho, amortizatsiya, uskunaning normativ ishlash muddati.

Mavzuni o'rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. Sizing fikringizga O'zbekiston sharoitida ishlab chiqarishni ratsionallashtirishning uchta usulidan qaysi biri samarali va istiqbolli hisoblanadi?

2. O'zbekistonda ilk dempingga qarshi me'yoriy hujjat qachon qabul qilingan?

3. Mintaqamizning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda iste'mol qiymati yuqori, past, chekli, individual naflilikka ega bo'lgan ishlab chiqarishni tashkil qilish mumkin bo'lgan tovar va xizmatlarga misol keltiring.

4. Tadbirkorlik faoliyatining subyektlari va ularning o'zaro munosabatlari nimalarda namoyon bo'ladi?

5. O'rin to'ldiruvchi (komplimentar) va o'rinbosar (substitut) tovarlar deb qanday tovarlarga aytiladi?

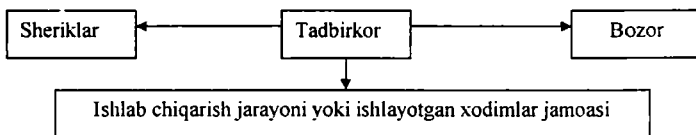
6. Tovar va xizmatning material va mehnat sig'imi deganda nimani tushunasiz?

VII bob. TADBIRKORLIKDA SHERIKCHILIK ALOQALARI SHAKLLARI VA ULARNING TASNIFI

7. 1. Loyihani amalga oshirish bo'yicha tadbirkorlik xatti - harakatlari

Tadbirkorlar uchun, ayniqsa, endi ish boshlagan tadbirkor uchun loyihani ro'yobga chiqarishda uni amalga oshirish bo'yicha aniq harakat ketma - ketligini tuzish juda muhim hisoblanadi.

Loyihani amalga oshirish bo'yicha tadbirkorlik xatti - harakatlari – bu tadbirkorning barcha kattayu kichik harakatlari, uning bozor (marketing) bilan birga korxonasida ishlayotgan jamoasi (menejment) va sheriklari bilan o'zaro aloqalarining detallashtirilgan va aniqlashtirilgan rejasi yig'indisidir. Buning umumiy ko'rinishini quyidagi 7.1.1-chizmadagidek ko'rinishda bo'ladi:



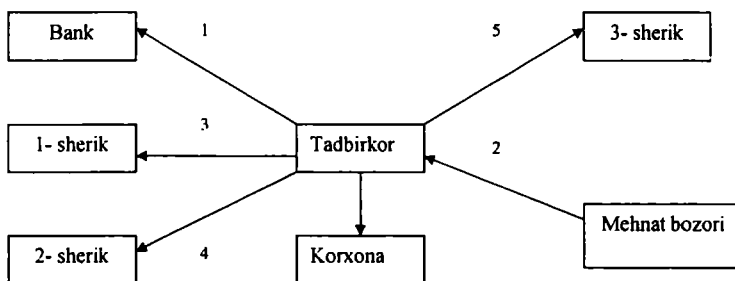
7.1.1-chizma. Tadbirkorlik xatti-harakatlari.

Agar biz shu vaqtgacha tadbirkorni kasbiy harakatga tayyorlash bilan bog'liq muammolarni ko'rib chiqqan bo'lsak, hozir esa biz sherikchilik aloqalariga to'xtalamiz. Bu vaziyatda *sheriklar deb*, biz ishlab chiqarish jarayonini me'yorida tashkil etish uchun zarur bo'lgan tovar va xomashyolarni yetkazib beruvchilar (ya'ni loyihani amalga oshirish uchun kerakli sharoitni yaratish) va shu korxonada ishlab chiqargan tovarni iste'mol qiluvchilarni tushunamiz.

Masalan, sizning loyihangiz asosida bolalar uchun taxtadan o'yinchoqlarni ishlab chiqarish yotadi. Biznes – rejani tuzishda siz o'z faoliyatingiz, xatti-harakatlaringiz bosqichlarini tuzasiz (7.1.2- chizma). Bunday chizmani tuzish tadbirkorga eng tejamli darajadagi harakatlar tadbirini tuzish, tayyorgarlik vaqtini qisqartirish, biron bir harakatni e'tiborsiz qoldirmaslikka olib keladi. Eng asosiysi shuki, bunday

oldindan tayyorlangan reja kerakli sheriklar bilan oldindan zarur aloqalar tuzishga imkon yaratadi.

Sherikchilik aloqalari – bu bir necha tadbirkorlar o‘rtasida tuziladigan shunday shartnomaviy munosabatlarki, bunda tadbirkorlar pul yoki tovar shaklidagi o‘z faoliyati natijalarini almashtirishlari hisobiga zarur darajadagi foyda olishga imkon beradi. Har bir tadbirkor eng samarali shakldagi sherikchilik aloqalarini o‘rnatishdan manfaatdor bo‘lgani holda, bu mavjud variantlarni solishtirma tahlilini o‘tkazish orqali amalga oshiriladi. Tadbirkorlik harakatlari chizmasi bu har bir sherik bilan munosabatlarni eng samarali shaklini tanlash imkonini beradi. Bu 7.1.2-chizma butun loyihani alohida bo‘limlarga bo‘lib chiqishni bildiradi.



7.1.2- chizma. Biznes rejani tuzishda tadbirkorlik harakatlari.

1–kredit olish bo‘yicha murojaat, 2– yog‘ochdan yasalgan bolalar o‘yinchoqlarini ishlab chiqarish, mutaxassislarni topish va ishga tushirish, 3– zarur bo‘lgan uskunalarni olish, 4– kerakli xomashyoni olish (tashish bo‘yicha 2 –sherikka murojaat), 5– tayyor o‘yinchoqlarni yetkazish (tashish bo‘yicha 3- sherikka murojaat).

7. 2. Bitim haqida tushuncha

Tadbirkor xatti-harakatlari ketma - ketligining asosiysi tadbirkorlik maqsadiga erishishning iqtisodiy - huquqiy shaklini tanlashdir. Bunday shakl deganda aniq *bitim shakli tushuniladi*, u sheriklar va tadbirkor uchun qulay bo‘lishi hamda qo‘yilgan maqsadlarga javob berishi lozim. **Bitim** – bu sheriklar o‘rtasida foyda olish maqsadida o‘zlarida mavjud

qiyamatliklar bilan almashish yoki ularning kuchlarini o'zaro foyda olish maqsadida birlashtirish tushuniladi. Bu harakat xo'jalik yuritish faoliyatida, yuridik va jismoniy shaxslarning o'zaro aloqalarini o'rnatish, o'zgartirish yoki tugatishga yo'naltirilgan bo'ladi.

Bitimlarning **bir tomonlama** (*me'ros, hadya, ishonchnoma*) va **ikki tomonlama** kelishilgan bitim turlari farqlanadi. **Bitim** deb asosida tijoriy manfaat yotuvchi tadbirkorlar o'rtasidagi tuzilgan har qanday kelishuvlarga aytiladi. Bitimni oddiy berish yoki o'tkazishdan farqlash lozim. Agar siz sherigingizga biron bir tovar bersangiz va u uning evaziga pul yoki boshqa tovar bersa, u holda bu bitim. Agar siz sherigingizga tovar bersangiz, evaziga u hech narsa bermasa, bu oddiygina berish hisoblanadi. Agar siz sherigingiz bilan yarim tayyor mahsulot ishlab chiqarishni va u bu yarim tayyor mahsulotlardan tayyor tovar ishlab chiqarishini kelishsangiz bu bitim. Agar siz sherigingiz bilan kooperatsiyada bo'lgani holda xuddi shu shartlarda tovar ishlab chiqarsangizlar va bu tovarni sotmasdan bolalar uyiga bepul bersangiz, u holda bu berish, hadya qilish hisoblanadi.

Bitimlar foydali va foydasiz, katta foydali va kam foydali bo'lishi mumkin. Shuni ta'kidlab o'tish lozimki, bir xil tovar bilan har xil foyda yoki natijalarga ega bo'lishi mumkin. (*Masalan: kecha bu tovarni sotib 100 000 so'm foyda ko'rildi, bugun esa 250 000 so'm foyda olindi*). Bitimning tijorat natijasi nimaga bog'liq? Albatta, bitimni amalga oshirish va tayyorlash jarayonida qanday shart - sharoitlar yaratilgan, ya'ni tadbirkorlik maqsadi va unga erishish yo'llari qanday iqtisodiy - huquqiy shakllarga asoslanadi. Shu munosabat bilan sherikchilik aloqalari shakllari haqida to'xtalish kerak bo'ladi. Har doim sherikchilik aloqalari shakli bir sherik tomonidan (tashabbuskor) ikkinchi sherikga taklif qilinadi. Boshqacha qilib aytganda, har bir tadbirkor o'z amaliy faoliyatida yo biron bir aniq hamkorlik shaklini taklif qilishi, yo o'z sherigi taklif etgan hamkorlik shaklini tanlashi shart. Lekin, bunday hamkorlik shaklini taklif qilish yoki tanlash uchun tadbirkorlik sohasida sherikchilik aloqalarining har xilligi to'g'risida to'liq tasavvurga ega bo'lish kerak. Masalan, xorijlik sheriklar nuqtayi nazaridan bizda biznes va tadbirkorlik ham past darajada amalga oshirilmoqda. Nima uchun? *Birinchi*dan, biz har doim tovarni bozorga imkoni boricha past bahoda va ko'proq sotib olish maqsadida chiqamiz, bu esa tushunarsiz tuyuladi. *Ikkinchi*dan, xorijlik tadbirkor bizni hamma xarajatlarimiz biron bir narsa sotish yoki sotib olish va qo'shma korxonada tashkil etishga

qaratilganligiga hayron qoladi. Lekin, bunday tor dunyoqarash bilan professional tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilib bo‘lmaydi.

7. 3. Sheriklar hamkorligining asosiy yo‘nalishlari

Tadbirkorlikda biron bir aniq sherikchilik shakllari haqida so‘z yuritishdan oldin ta’kidlash kerakki, tadbirkorlik faoliyati doirasida sherikchilik asosan to‘rtta yo‘nalishga bo‘linadi:

1. *Ishlab chiqarish sohasidagi hamkorlik.*
2. *Tovar ayirboshlash sohasidagi hamkorlik.*
3. *Savdo sohasidagi hamkorlik.*
4. *Moliyaviy munosabatlar sohasidagi hamkorlik.*

Bitim, unda qatnashuvchi har bir tomonlar zimmasiga muayyan huquq va majburiyatlarni yuklanganda tuzilgan hisoblanadi. Tuzilgan bitimning huquqiy oqibatlari (tomonlarning huquqlari va majburiyatlari) shartnomaga imzo qo‘yilgan kundan keyin boshlanadi, bunda har bir tomon o‘z xohishi bilan o‘z zimmasiga muayyan majburiyat oladi (tovarni yetkazish, yetkazish xarajatlarini to‘lash va hokazo). Bu majburiyatlarni bajarmasligi yoki noto‘g‘ri bajarilishi aybdor tomonga sherigi foydasiga jarima sanksiyalari qo‘llanishi zaruriyatini yuzaga keltiradi. Bitimning shakli va uning mazmuni tadbirkorlar hamkorligining aniq yo‘nalishlariga bog‘liq (*masalan, albatta tovar ayirboshlash bitimi ishlab chiqarish sohasidagi hamkorlik bitimidan farq qiladi va hokazo*) shunday qilib mantiqiy zanjir kelib chiqadi: oldin tadbirkor – tashabbuskor hamkorlik doirasida bo‘lajak sherigini aniqlaydi, keyin muayyan hamkorlik shaklini izlaydi, undan keyin esa shartnoma tuzishni taklif etadi.

7. 4. Ishlab chiqarish sohasidagi hamkorlik shakllari

Bu bo‘limda tadbirkorlar o‘zaro shartnoma tuzib, tezkor foyda olishga umid qilmagan holatni ko‘rib chiqamiz. Bunday hamkorlik asosida yotgan barcha shakllarning asl ma‘nosi, sheriklarning o‘zaro iqtisodiy manfaatlarini birlashtirish xohishlariga asoslanadi, buni amalga oshirish kooperatsiya sharoitida tijorat foydasini ta‘minlash mumkin. Bundan tashqari, bunday hamkorlik ko‘p yillik hamkorlikka asoslanadi. Shunday bo‘lsa, tadbirkor o‘z sherigini tanlashda juda ehtiyotkor bo‘lishi lozim. Hamkorlikning ko‘pgina shakllari ichidan quyidagilariga to‘xtalib o‘tishni lozim topdik.

Qo'shma korxonalar – bu shakl qo'shma (yoki aralash) korxonani tuzishni nazarda tutadi. Qo'shma korxonalar (Q.K) – bu shunday korxonani uning nizom jamg'armasi ikki yoki undan ko'p qatnashchilar ulushini qo'yishdan tashkil topgan va ulardan kamida bittasi – chet ellik jismoniy shaxs yoki ko'pincha yuridik shaxs bo'lgan korxonadir. Aralash korxonalar – nizom jamg'armasi bir mamlakatga tegishli ikki yoki undan ko'p yuridik shaxslar tomonidan shakllangan korxonadir.

Qo'shma korxonani tashkil etishda tadbirkor harakat qilish rejasini tuzadi. Bu rejada quyidagilar ko'rib chiqiladi.

- bo'lg'usi qo'shma korxonaning ixtisosligi, yo'nalishini aniqlash;
- qo'shma korxonani tashkil qilishda hamkorlik qilishga tayyor bo'lgan sheriklarni izlash;
- dastlabki kelishuvlar haqidagi bayonnomani imzolash;
- xorijiy sherikning qo'shma korxonadan o'z ulushini olish yo'llarining mumkin bo'lgan variantlarini tayyorlash;
- qo'shma korxonani ta'sis qilishda qo'yiladigan ulushni shakllantirish;
- qo'shma korxonaning ta'sischisi bo'lishi uchun ruxsat olish (agar zarur bo'lsa), direktorni tayinlash (qo'shma korxonani ta'sis qilishga tayyorlash uchun mas'ul shaxsni);
- qo'shma korxonani ta'sis etish va ro'yxatdan o'tkazish uchun zarur barcha hujjatlar loyihalarini tayyorlash;
- qo'shma korxonani ta'sis etish to'g'risidagi shartnomani imzolash;
- qo'shma korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish;
- qo'shma korxonani ta'sis etish bo'yicha kelishilgan shartlarni amaliyotda ro'yobga chiqarish.

Dastlabki kelishuvlar bayoni – bu tomonlarning hamkorlik yo'nalishlari va mazmuni to'g'risidagi ikki tomonlama imzolanuvchi va huquqiy kuchga ega bo'lmagan kelgusida tomonlarning hamkorlik qilish istagini bildiruvchi hujjat. Lekin bayonnoma shartlarini bajarmaslik, hech qanday huquqiy javobgarlikka olib kelmaydi.

O'zbekiston Respublikasi so'mining to'la konvertatsiyasi bo'lgunga qadar, ya'ni 2000-yillargacha O'zbekistonda qo'shma korxonadan xorijiy sherik foydani olishining bir necha imkoniyatlari bor edi:

1. *Foydani soʻmda olish* – bu mablagʻga chet el hamkorini qiziqtiradigan tovar olish, tovarni chet elga chiqarish, tovarni sotish (ishlatish), foydani izlangan shaklda olish.

2. *Foydani tovar shaklida olish* – tovarni chet elga chiqarish, tovarni sotish, foydani izlangan shaklda olish.

3. *Foydani valuta shaklida olish*, shuning uchun qoʻshma korxonaga oʻzi ishlab chiqargan tovarni biron bir qismini dunyo bozorida sotish imkoniga ega.

4. *Yuqoridagi koʻrsatilgan variantlarning uygʻunlashuvi*.

Hozirgi kunda mana 10 yildan oshdiki, Oʻzbekistondagi qoʻshma korxonalar valuta birjasiga kirish imkoniyatiga ega, yaʼni soʻmni valutaga erkin almashish imkoniyatiga ega.

Oʻzbekistonlik hamkorning qoʻshma korxonaga nizom jamgʻarmasiga qoʻshgan ulushi quyidagilarni oʻz ichiga olishi mumkin:

- qoʻshma korxonaga beriluvchi binolar, inshootlar va kommunikatsiyalarning qoldiq bahosi;

- qoʻshma korxonaga berilgan yerning kadastr bahosi (yoki yer uchastka bahosi), yerga ijara toʻlovlarini oʻzbekistonlik hamkor amalga oshiradi;

- qoʻshma korxonaga beriladigan texnologiya, ilmiy ishlanmalarning puldagi ifodasi (intellektual mulkni pulda ifodalash).

Kadastr – bu obyektlarni oʻrtacha daromadlilikini, bahosi kabi maʼlumotlarni oʻz ichiga oluvchi reestr (yer, uy, konlar), bu reestr tegishli soliqlarni hisoblash uchun kerak. Yer kadastrida yer uchastkalari sifatiga, joylashishiga va ishlatilishiga qarab guruhlarga boʻlinadi. Yer kadastr moliya organlari tomonidan tuziladi va mahalliy organlar tomonidan tasdiqlanadi. Kadastrning *partsellyar* (yoki fransuzcha) va *real* (yoki avstriyacha) turlari farqlanadi. Birinchisi har bir alohida olingan yer uchastkasining daromadlilikini ifodalasa, ikkinchisi umumiy yer uchastkasining yalpi daromadlilikini ifodalaydi.

Koʻpgina tadbirkorlar uchun intellektual mulkni, yaʼni iqtisodiy samara keltiradigan aqliy faoliyat natijalari boʻlmagan mulkni pulda baholash ancha murakkab hisoblanadi. Masalan, xomashyoga yangi usul bilan qayta ishlov berish mehnat unumdorligini va ishlab chiqarilayotgan tovar sifatini oshiradi, bu esa 1 mln. soʻmlik hajmda foyda keltiradi.

Shuni aytish kerakki, intellektual mulkni pulda ifodalanishi va u keltiradigan samara – bu tushuncha va oʻlchamlar har xil hisoblanadi. Intellektual mulkni pulda ifodalash – bu uning bahosi. Buni obyektiv

aniqlash uchun odatda ekspert komissiyasi tuziladi (*Har ikkala tomon vakillaridan oborot hamda bir yoki bir nechta intellektual mulkni saqlash bo'yicha ekspertlar*). Mazkur intellektual mulkni pulda ifodalash uchun uni yaratish bilan bog'liq xarajatlarni hisobga olishadi: uning nodirligi va g'ayritabiyligi: shu intellektual mulkni ishlab chiqarishdan olinadigan samara. Shundan keyin tomonlar intellektual mulkni sotish va sotib olish bo'yicha mustaqil qarorini qabul qiladilar. Qo'shma korxonalar nizom jamg'armasiga qo'yiladigan ulush sifatida bunday mulkni pulda ifodalanadi (*binolar va boshqa boyliklar singari*).

G'arb mamlakatlarida «Qo'shma egalik qilish korxonasi» degan atama ishlatiladi. Bunda oldindan mavjud bo'lgan korxonaning ulushini sotib olishni tushunish mumkin. Bunday korxonalar to'g'ridan - to'g'ri investitsiyalash asosida shakllanadi, ya'ni investitsiya qo'yuvchi jismoniy shaxs, yuridik shaxs va hatto davlat ham bo'lishi mumkin.

O'zbekistonda qo'shma korxonalar faoliyati O'zbekiston Respublikasining «Chet el investitsiyalari to'g'risida» gi va boshqa qonunlar bilan tartibga solinadi. Shuni aytish kerakki, hozirgi davrda «Qo'shma yoki aralash korxonalar» degan atama tashkiliy huquqiy shaklda bo'lishi shart emas, ya'ni rasman ro'yxatdan o'tishi shart emas. Boshqacha qilib aytganda, *qo'shma korxonalar* – bu yaratilgan tuzilmani norasmiy aytilishi. Qonuniy jihatdan esa bu oddiy korxonalar sifatida (*ya'ni qonunda ko'rsatilgan tashkiliy - huquqiy shakllardan biri deb*) ro'yxatga olinadi. Bu korxonalar chet el kapitali ishtirokida yaratilishini belgilab O'zbekistonda ro'yxatga olinadi va *xorijiy investitsiya ishtirokidagi korxonalar* deb ataladi.

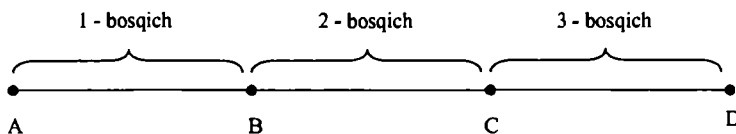
Qo'shma korxonalar ro'yxatdan o'tgandan so'ng sheriklar kelishilgan davr ichida nizom jamg'armasiga o'z ulushini kiritadilar. Shunday holatlar bo'lib turadiki, chet ellik investor korxonalar ishlay boshlaganiga qaramasdan bu majburiyatni bajarishga shoshilmaydi. Agar u 1 yil ichida belgilangan mablag'ni kiritmasa, O'zbekiston qonuniga asosan qo'shma korxonalar shakllanmagan deb hisoblanadi.

Agar qo'shma korxonalar nizom jamg'armasiga xorijiy sherik o'z ulushini to'liq qo'shmagan bo'lsa, u holda korxonalar rahbariyati uni tugatish haqida yoki unga tegishli ulushni boshqa sherikka berish bo'yicha, yoki sotish bo'yicha qarorni qabul qilishi mumkin. Agar umumiy bir qarorga kela olishmasa, bunda O'zbekiston davlat arbitraji yoki Stokgolm yoki Venada joylashgan xalqaro sudga murojaat qilishlari mumkin. Sud xarajatlarini xorijiy sherik to'laydi, chunki u qo'shma korxonani zarar ko'rishiga sababchi bo'lgan. Aytish kerakki,

qo'shma korxonalar nizom hujjatlarida munozarali masalalarni ko'rib chiqish joyi, izohi ko'rsatilishi kerak.

O'zbekistonda qo'shma korxonalar faoliyati tajribasiga ko'ra, xorijiy sheriklar riskni sabablari sifatida O'zbekistonlik sheriklarning mas'uliyatsizligi deb ko'rsatishadi. Bu yerda bizning ishbilarmonlar chet elda ish yuritish etikasini o'rganishi kerak. Masalan, tadbirkorlik etikasiga ko'ra ish yuritishda berilgan taklif va so'rovga uch kun ichida javob berish kerak. Agar bu qilinmasa, demak, chet ellik sherikda sizni jiddiy biznesmen emas deb hisoblashga asos paydo bo'ladi. Mustaqillikning dastlabki yillarida faoliyat turini noto'g'ri tanlash, xorijiy sheriklar tomonidan o'z manfaatlarini o'ylab eskirgan, unumdorligi va samarasi past bo'lgan texnologiyalarni olib kirilishi sababli O'zbekistonda ko'p qo'shma korxonalar tuzilmay qoldi yoki texnik, psixologik va byurokratik to'siqlar sababli yopilib ketdi. Ta'kidlash kerakki, qo'shma korxonalar tadbirkorlarning ustuvor hamkorlik shakli hisoblanmaydi.

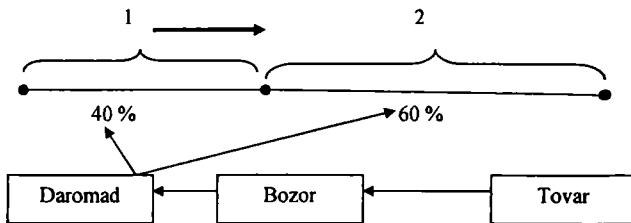
Ishlab chiqarish kooperatsiyasi deganda – shunday hamkorlik shakli tushuniladiki, bunda har bir sherik yagona ishlab chiqarish jarayoni doirasida o'z ishini bajargani holda, ishlab chiqarish siklidan va ishlab chiqarilgan tovarni sotishdan kelgan daromad va tushum qilingan ish hajmiga qarab karrali ravishda bo'linadi. Masalan, yagona ishlab chiqarish siklini – mebel ishlab chiqarish misolida ko'rib chiqamiz. Bu siklda ikki sherik ishtirok etadi. Ularning har biri o'z ish ulushini bajaradi (7.4.1- chizma).



7.4.1- chizma. Yagona ishlab chiqarish sikli
(mebel ishlab chiqarish).

- Har bir kesma yagona ishlab chiqarish jarayonini bildiradi;
- 1-bosqich – mebel uchun yarim tayyor mahsulotlar ishlab chiqarish (A sherik);
 - 2-bosqich – olingan yarim tayyor mahsulotlardan mebel ishlab chiqarish (B sherik);
 - 3-bosqich – tayyor mebelni sotishni tashkil etish (C sherik).

Bu munosabatlar shaklining asosiy tarkibiy qismi yarim tayyor mahsulotlarni A sherikdan B sherikka B nuqtada sotish emas, balki shu yarim tayyor mahsulotlarni keyingi ishlov berishga va iste'molga yaroqli holatga keltirish (B nuqtada sotish emas, oddiygina berish bo'lgani uchun, sheriklar orasida hisob-kitoblar C sherik tovarni sotishni tashkil qilganidan keyin D nuqtada amalga oshiriladi. Kelishmovchiliklar bo'lmasligi uchun sheriklar oldindan tovarni ishlab chiqarish bilan bog'liq har bir tomonning ulushi miqdorini umumiy ish miqdoriga qarab belgilab olinadi va bu shartnoma predmeti hisoblanadi. Lekin, bunda har bir tomonning umumiy ish hajmiga qarab ulushini aniqlab bo'lmaydi. Bu ko'rsatkichlar asosan kelishuv asosida shartli bo'ladi va buning asosida obyektiv omillar yotadi. Har bir sherikning ish hajmidagi minimal ulushi miqdori tadbirkorlik hisob-kitoblari asosida belgilanadi. Shu sababli kelishuvga ko'ra C sherik tovarni sotgandan so'ng olingan daromad sheriklar orasida taqsimlanadi. Demak, siz sherigingiz ikkalangiz (kooperatsiya sharoitida) mebel ishlab chiqarishga kelishdingiz. Bunda sizning vazifangiz xomashyoga ishlov berib yarim tayyor mahsulot ishlab chiqarish va sherigingizning vazifasi esa sizdan olgan yarim tayyor mahsulotdan mebel ishlab chiqarish (ya'ni iste'molga tayyor tovar). Bunda sizning ish hajmingiz va ulushingiz – 40 %, sherigingizniki esa 60%. U holda sherik iste'molga tayyor tovar ishlab chiqarib uni bozorda sotadi va daromadni u 40 foizini sizga, 60 foizini o'ziga kabi nisbatda taqsimlaydi (7.4.2-chizma).



7.4.2- chizma. Sheriklarning umumiy ish hajmidagi ulushiga qarab daromadlarni taqsimlash:

1 – A sherikning ulushi (40%); 2 – B sherikning ulushi (60 %).

Bunday sherikchilik aloqalari tizimi yuqori samaraliligi bilan farqlanadi, chunki sheriklarning iqtisodiy manfaatlari to'liq mos kelib turibdi. Bundan kelib chiqqan holda, har bir sherik tushunadiki, 20 000

000 soʻmdan 40 yoki 60 foizi, 10 000 000 soʻmning 40 yoki 60 foizidan koʻproq. Shuning uchun sheriklar shu tovarni keyinchalik yuqori bahoda sotishga va bozorda muhim boʻlgan boshqa jihatlarini yaxshilashga intiladilar. Chunki daromad qancha yuqori boʻlsa, ularning oladigan ulushlari ham shuncha yuqori boʻladi.

Lizing – bu ijaraning shunday koʻrinishiki, unda ijara munosabatlarining obyekti sifatida texnologiya, asbob uskuna va jihozlar maydonga chiqadi.

Lizingni ishlatish katta afzalliklarga ega. Ishlab chiqarishni tashkil etishda (yoki uni qayta qurishda) agar siz jihozlarni lizing asosida olgan boʻlsangiz katta hajmda investitsiyalar zarur emas. Bundan tashqari, lizingda ijara toʻlovlarini tovar bilan ham bersa boʻladi (shu ijaraga olingan jihozlar asosida ishlab chiqargan tovar bilan). Bu klassik lizingga misol boʻladi. Yana zamonaviy lizingning koʻpgina shakllari mavjud boʻlib, bunda ijara toʻlovlari pul shaklida (tovar emas) toʻlanadi. Bunda sheriklarni munosabat shakli boshqacha, yaʼni koʻp uchraydigan nom bilan – moliyaviy ijara yoki moliyaviy lizing deb ataladi.

Lizingni boshqa koʻrinishdagi shunga oʻxshash moliyalashtirish shakllaridan farqlash lozim. Lizing bu nafaqat qarz mablagʻlarini ishlatish imkoniyati emas, balki maxsus mulkchilik munosabatlari hamdir. Shunday qilib, lizing – bu mulkchilik munosabatlarining maxsus shakli boʻlib, bunda nafaqat uskunalarini ijaraga berishni, balki shu uskunani ishlatish boʻyicha shartnoma muddati tugagandan soʻng, uskunalarini isteʼmolchiga sotishni ham nazarda tutadi.

Shuni aytish kerakki, ijaraga olingan uskuna toʻliq bahosi toʻlanib boʻlgandan soʻng mulk lizinga beruvchi sherikdan ikkinchi lizinga oluvchi sherikka oʻtadi (arendaning toʻlovlarini toʻlagan va arendaga olingan). Aynan mana shu shart lizing munosabatlarini rivojlanishidagi asosiy jihat hisoblanadi.

Lizing munosabatlarining tarixiy ildizlari oʻrta asrlarga toʻgʻri keladi. XI asrda venetsiyalik savdogarlar bu munosabatni dengiz langarlarini ijaraga berganda ilk bor ishlatganlar. Ayrim maʼlumotlarga qaraganda, bunday munosabatlar bundan ham erta qadimgi Shumer davlati paytida boshlangan. Ammo, «Bell» telefon kompaniyasi 1877-yildan boshlab oʻz telefon apparatlarini sotmasdan ijaraga bera boshlagan, «lizing» atamasi tadbirkorlik va biznes olamida keng ishlata boshlandi. Asosiy faoliyati lizing boʻlgan ilk kompaniya «Yunaytet Steyts lizing kompaniyasi» 1952-yilda San Fransiskoda paydo boʻldi. Bugungi kunda, lizing butun dunyoda keng ishlatilmoqda.

O'zbekiston iqtisodiyotidagi tuzilmaviy o'zgarishlar, iqtisodiy islohotlarning chuqurlashuvi va tadbirkorlikning rivojlanishi asosiy kapitalni yangilash uchun qo'shimcha moliyaviy resurslar qidirishni, izlab topishni talab qiladi. Umuman milliy iqtisodiyot va xususan, yangi shakllanayotgan tadbirkorlik tuzilmalari ichki moliyaviy resurslarining cheklanganligi investitsiyalarni moliyalashtirishning noan'anaviy manba va usullarini izlash zaruratini keltirib chiqaradi. Shunday manba va usullar sifatida jahon amaliyotida xorijiy kapitalning ko'chib yurishiga asoslangan qo'shma korporativ mulkchilikning yaratilishini keltirish mumkin. Bunda xususan, xorijiy kredit liniyalarini, davlatlararo qarzlarni jalb qilish asosida lizing munosabatlarining yo'lga qo'yilishini va rivojlanishini misol keltirish o'rinlidir. Chunonchi, lizing asosida yangi texnologiya va asbob-uskunalarni foydalanish uchun olib turish amaliyoti buning dalilidir.

Lizing fan-texnika taraqqiyoti hamda xususiy, guruhviy va ijtimoiy manfaatlarini uyg'un ravishda birga qo'shish talablariga to'la-to'kis javob bera oladigan iqtisodiy faoliyat turidir. Moliyaviy qiyinchiliklar sharoitida lizing tadbirkorlarning eng yangi texnologiya va zamonaviy asbob-uskunalaridan bahramand bo'lishiga imkon beradi.

Bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda lizing biznesning alohida bir turi sifatida qaraladi. Bu faoliyat turi lizing mahsulotlarining ishlab chiqaruvchilari, iste'molchilari uchun, shuningdek, shu turdagi biznes bilan shug'ullanayotgan moliyaviy vositachilar uchun ham muhim bo'lgan bir qancha vazifalarni hal etadi. Ichki va tashqi bozorlardagi qattiq raqobat sharoitida asbob-uskunalarining texnik xususiyatlarinigina emas, ayni vaqtda mazkur asbob-uskunalar iste'molchilariga qo'yiladigan moliyaviy shartlar, shuningdek, qo'shimcha servis ham tobora ahamiyatli bo'lib boradi. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalashtirishning shu yangi iqtisodiy usulini yaqin kelajakda keng joriy qilish, shuningdek, chet el tajribasidan to'g'ri foydalanish uchun, bizning nazarimizda, lizingning iqtisodiy tabiati va mohiyatini chuqurroq anglab olish muhim masaladir. Lizingning mohiyatini to'g'ri tushunish, uning tabiatini, mazmunini va zamonaviy bozor iqtisodiyotida bajaradigan vazifalarini har tomonlama o'rganish esa milliy iqtisodiyotda uni keng ommalashtirish va rivojlantirish uchun huquqiy, iqtisodiy va boshqa shart-sharoitlarni yaratish imkonini beradi.

«Lizing» iborasi inglizcha «lease» fe'lidan kelib chiqqan bo'lib, mulkni vaqtincha foydalanishga berish yoki topshirishni bildiradi. Ba'zi manbalarda lizingni mashina, uskuna, transport vositalari va ishlab

chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan boshqa ko'char mulkni uzoq muddatli ijaraga olishni tushunmoq kerak, deb ta'kidlanadi¹.

Iqtisodiy adabiyotlarda «lizing – shunchaki ijara to'g'risidagi kengaytirilgan shartnoma» yoki «lizing – ijara munosabatlarning alohida turi...» yoxud «butun ijara muddati davomida ijarachining mulkchilik huquqi saqlanib qoladigan ijara shartnomasi»² degan fikrlarning tarafdorlari bor. Bunday ta'riflarda avvalo lizingning maqsadi, ijaraga beruvchining mulkchilik huquqi saqlanib qolishi ta'kidlanadi, lizing mol-mulkini qo'lga kirituvchi tomon aniqlanadi, ijara munosabatlari qayd etiladi. Shu bilan birga bu ta'riflarda tadbirkorlik faoliyatini moliyalashtirishning alohida usuli bo'lgan lizingning iqtisodiy tabiati va mazmuni aks etmaydi.

Mamlakatimizdagi va xorijiy adabiyotlarda lizingning boshqa ta'riflari ham uchraydi³ Jumladan, ayrim iqtisodchilar «lizing ko'char va ko'chmas texnikalarni ijarachiga sotish imkoniyatini beradigan hamda uni ijaraga olish shartnomasini ko'zda tutadigan professional kreditlashning bir turidir», deb talqin etishadi⁴

Ilmiy adabiyotlarda ayrim mualliflar lizingni uzoq muddatli ijara deb bilib, ijarachining ijaraga olingan mol-mulkini opsiyon bo'yicha sotib olish mumkinligi kabi huquqiy munosabatlar mavjudligini ta'kidlaydilar⁵

Qadimgi Sharq mamlakatlarning qonunlari va mutafakkirlarining asarlarida ham o'sha zamonga xos bo'lgan ijara va lizing munosabatlari xususida so'z yuritiladi. Jumladan, islomning asosiy manbai bo'lgan

¹ И.А.Бланк Инвестиционный менеджмент. Киев: МП «ИТЕМ» ЛТД. «Юнайтед Лондон Трейд Лимитед», 1995 - 448 с. Л-408 с; Марков О.М., Сахарова Л.С., Сидоров В.Н. Коммерческие банки и их операции: Уч.пособие. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.- 65-75 с.; Ричард Брейли, Стюарт Майерс. Принципы корпоративных финансов: Б 87. Пер. с англ. - М.: ЗАО "Олимп - Бизнес", 1997. - 1120 с. Л 715-732 с; Букато В.И., Львов Ю.И. Банки и банковские операции в России г Под ред. М.Х.Лапидуса. - М.: ФинС,1996., 226-332 с.

² Ричард Брейли, Стюарт Майерс. Принципы корпоративных финансов: Б 87. Пер. с англ. - М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 1997. - 1120 с. Л 715-732 с.; Козлова Е.П. Бухгалтерский учет в коммерческих банках. -М.: Финансы и статистика. 1996. - 432 с.; Банки и банковские операции: Учебник для ВУЗов/ Е.Ф. Жужов, -М.: Банки и биржи «ЮНИТИ», 1997.

³ Прилукский Л.Н. Лизинг. Правовые основы лизинговой деятельности в Российской Федерации. -М.: Изд-во «Ос», 1996, 128 с.; Бернар И., Колли Ж. - К. Толковиц: экономический и финансовый словарь. Французская, русская, английская, немецкая, испанская терминология: в 2-х тт.-Т.1: Пер. с фр.- М: Международные отношения, 1994. - 784 с. Л-507 с; Роуз Питер С. Банковский менеджмент. Пер. с англ., со 2-го изд. -М.: « Дело Л т д », 1995.-768 с. Л -173 с.; Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами: Пер. с англ./ Гл. ред. серии Я. В. Соколов. - М.: Финансы и статистика, 1996.- с: ил. - (Серия по бухгалтерскому учету и аудиту) Л 557-582 с.; Горемикян В.А. «Лизинг. Практическое учебно-справочное пособие». - М.: ИНФРА-М, 1997.

⁴ Бернар И., Колли Ж.-К. Толковиц: экономический и финансовый словарь. Французская, русская, английская, немецкая, испанская терминология: в 2-х тт. - Т.1: Пер. с фр. - М.: Международные отношения, 1994. - 784 с. Л - 507 с.

⁵ Прилукский Л.Н. Лизинг. Правовые основы лизинговой деятельности в Российской Федерации. -М.: Изд-во «Ос», 1996, 128 с. Банковское дело: Учебник / Под ред. проф. В.И. Колеснякова, проф. Л.П. Крольветской. - М.: Финансы и статистика, 1995. - 480 с: Л-289-307 с.

«Qur'oni karim»ning 293 ta oyati bevosita iqtisodiy tafakkurga bag'ishlangan yoki «Baqara» surasining 188-oyatida, «Niso», «Nahl», «Sajda», «Yosin», «Ankabut», «Sod» suralarining ko'pgina oyatlarida mulk va mulkiy munosabatlar¹, shariat qonunlari to'g'risidagi «Muxtasar» kitobining 82-85 - bandlarida ijara va uning turlari, ijaraga olish va berish, uni bekor qilish tartibi, ijarachi sheriklar haqida², «Hadislar»ning 54-bobida bozor munosabatlari, 56-bobida halol savdo qilish xosiyati, 8 ta bobi bo'nak to'g'risida³, zardushtiylikning muqaddas kitobi bo'lgan «Avesto»da ham ezgulik va iqtisodiyot birligi, mulkiy va kredit munosabatlari, yaratuvchilik to'g'risida so'z yuritiladi⁴.

Uyg'onish davri O'rta Osiyo allomalaridan Forobiy⁵, Ibn Sino⁶, Beruniy⁷, Yusuf Xos Hojib⁸, Nizom ul mulk⁹, Amir Temur¹⁰, Ulug'bek¹¹, Navoiy¹² va Boburlarning¹³ ko'pgina asarlarida ham islom iqtisodiy g'oyalari, bevosita mulk va mulkiy munosabatlar, ijara va primitiv bo'lsada, shu zamonga xos bo'lgan lizing munosabatlari yoritib o'tilgan.

Ba'zi nashrlarda lizing va ijara tushunchalari o'rtasiga tenglik belgisi qo'yiladi va lizing yer uchastkasi, bino, inshoot, asbob-uskunalardan odatda renta shaklidagi to'lov evaziga foydalanish yoki ularni qarzga olish huquqini berish tarzidagi «shakl» deb ta'riflanadi¹⁴. Bu tarzidagi ta'rif *birinchidan*, lizingning iqtisodiy tabiati, mazmuni, mohiyatini ochib bermaydi. *Ikkinchidan*, lizingning bu ta'rifida faqat foydalanish huquqi va haq to'lash majburiyati aks etadi. *Uchinchidan*, iqtisodiy munosabatlar nuqtayi nazaridan lizingning yoki lizing munosabatlarining mohiyati yoritilmaydi. Bizning nazarimizda, avvalambor lizingni to'g'ri talqin etish, lizing munosabatlarining mohiyatini belgilash uchun chet el amaliyotida lizingning paydo bo'lishi

¹ «Qur'oni karim». T., 1992.

² Muxtasar: (shariat qonunlariga qisqacha sharh). T.: «Cho'ipon», 1994. 180–189-betlar.

³ Hadislar, 2-jild. T., 1997 y.

⁴ Avesto. T.: «Sharq», 2001 y., 111-121 betlar.

⁵ Abu Nasr Forobiy. Fozil odamlar shahri. T., 1991, 38-bet.

⁶ Q. Yo'ldoshev. Ibn Sinoning iqtisodiy qarashlari. – Andijonoma, 1998, 3-noyabr.

⁷ Беруний. Сборник статей к 1000 летию со дня рождения. Т.: «ФАН», 1973, 121-130 с.

⁸ Yusuf Xos Hojib. Qutadg'u bilik. T., 1991, 63–86-betlar.

⁹ Низоми ул-Мулк. Сиёсатнома. Т., 1997.

¹⁰ Amir Temur. Temur tuzuklari. 67-98 betlar.

¹¹ Q. Yo'ldoshev, Q. Muftaydinov, V. Abdurahmonov. Ulug'bek. T.: IQTISOD-MOLIYA, 2006, 70-bet.

¹² Alisher Navoiy. Mahlub ul-qulub. Toshkent., 1993.

¹³ Z.M.Bobur. Boburnoma. T., 1989.

¹⁴ Розенберг Дж. М. Инвестиции: Терминологический словарь. М.: ИНФРА -М, 1997.-400 с.- (Библиотека словарей ИНФРА - М). Л-182 с.; Розенберг Дж. М. Словарь банковских терминов. М.: ИНФРА - М, 1997; Доунс Дж. Гудман Дж. Эллиот. Финансово-инвестиционный словарь. М.: ИНФРА-М, 1997. Ричард Брейли, Стюарт Майерс. Принципы корпоративных финансов: Б 87 Пер. с англ. - М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 1997.- 1120 с.

va uni qaror topishga undagan asosiy sabablarni chuqur bilib olish lozim. Lizing rivojlangan bozor iqtisodiyoti mamlakatlarida gurrakib rivojlanishi bir narsa-yu, uning rivojlanayotgan iqtisodiyotga joriy etilishining noan'anaviy usullar bilan moliyaviy manbalarni izlash zaruratini taqozo etishi boshqa narsadir. Iqtisodiy adabiyotlarda lizingning shunday ta'riflari uchraydiki, unda ijara munosabatlari bilan ayni bir vaqtda resurslarni qarzga olish manbaini jalb qilish nazarda tutiladi¹ Lizingning bu ta'riflarida uning mazmuniga asosan investitsiyalash uchun qo'shimcha resurs manbalarini izlaydigan ijara nuqtayi-nazaridan bir tomonlama yondashilgan. Aslida esa, lizingning iqtisodiy tabiati bizningcha, opsionning vujudga kelishi, qarz olish munosabatlari paydo bo'lishi, qaror topishi va rivojlanishi kabi bir-biri bilan o'zaro bog'liq zaruratlardan kelib chiqadi.

Ayrim mutaxassislarining fikricha, lizing — muayyan tovarga bo'lgan mulkchilik huquqini uchinchi shaxs uchun sotib olib, uni qisqa, o'rta yoki uzoq muddatli davrga ijaraga beradigan ixtisoslashgan lizing kompaniyasi vositachiligida asosiy fondlarga kapital qo'yilishini moliyalashtirishning o'ziga xos shaklidir. Lizingning bu ta'rifida birinchidan, lizing moliyalashtirishning o'ziga xos shakli deb ta'kidlanadi. Ikkinchidan, vositachi uchinchi shaxs uchun mulkchilik huquqini qo'lga kiritadi deb, uchinchidan ijara munosabatlari mavjud, deb da'vo qilinadi.

Boshqa manbalarda qayd etilishicha, lizing — vaqtincha bo'sh turgan yoki jalb etilgan mablag'larni investitsiyaga yo'naltirishga qaratilgan alohida turdagi tadbirkorlik faoliyati bo'lib, bunda moliyaviy ijara shartnomasiga binoan bir shaxs belgilangan mulkni muayyan sotuvchidan sotib olib, uni haq evaziga boshqa shaxsga tadbirkorlik maqsadlarida vaqtincha foydalanish uchun berib qo'yish majburiyatini oladi².

Iqtisodiy adabiyotlarda lizingning quyidagi turlari farqlanadi:

Moliyaviy lizing bu shunday ko'rinishdagi ijara munosabati, bunda lizingga beruvchi uskunani keyinchalik lizingga oluvchiga berish uchun sotib oladi. Bunday uskunaning bahosi lizingga beruvchiga lizingga oluvchi tomonidan bo'lib - bo'lib amalga oshirilgan holda berilgan kredit uchun foizlar ham qo'shilgan holda to'lanadi.

¹ И.А. Бланк. Инвестиционный менеджмент - Киев, М П «ИТЕМ» ЛТД. «Юнайтед Лондон Трейд Лимитед», 1995. - 448 с. Л - 408 с. Райзберг Б.А. Экономическая энциклопедия для детей и взрослых. М.: АОЗТ «Нефтехиминвест», 1995.; Федоров Б.Г. Англо-русский толковый словарь валютно-кредитных терминов. М.: «Финанси и статистика», 1992.

² «Временное положение о лизинге». Утверждено Постановлением Правительства РФ от 29 июня 1995 года. № 633.

Qaytariluvchi lizing bu moliyaviy lizingning bir ko‘rinishi bo‘lib, bunda uskuna egasi uskunani lizing kompaniyasiga sotadi va bu kompaniya lizing oluvchi sifatida shu uskunaga lizing shartnomasi tuzadi. Bu shakl ipoteka qarzi kabi amalga oshadi. Bundan tashqari, qaytariluvchi lizing bu yerda garov operatsiyasining muqobili hisoblanadi. Shu bilan birga, mulk sotuvchisi uni ijaraga olgan xaridor (lizing kompaniya yoki bank)dan kelishilgan miqdordagi mablag‘ chiqadi. O‘z ixtiyoriga oladi keyin esa sotib oluvchi ijarachi sifatida maydonga chiqadi. Shundan keyin oldin shu uskunaning egasi bo‘lgan firma, ijarachi bo‘lib, o‘zining avvalgi mulkini yangi, boshqacha sharoitda lizingga berishni davom ettiraveradi.

Qaytariluvchi lizingda ijara to‘lovi maxsus jadval bo‘yicha belgilanadi: to‘lov miqdori investor sotib olgan vaqtda sarf qilgan pulni qoplaydigan darajada bo‘lishi kerak va investitsiyalangan kapitalga o‘rtacha foyda normasini ta‘minlab turishi lozim.

Jahon moliyaviy - iqtisodiy inqiroz kabi umumiy iqtisodiy yoki tarmoqlardagi ish faolligi kamaygan davrlarda, korxonada foyda normasini (aksiyalar bo‘yicha dividendlar ham) zarur darajada (o‘zining asosiy raqiblaridan past emas) tutib turish qiyinchiligiga duch kelsa, qaytariluvchi lizing bo‘yicha operatsiyalar rentabellikning tushishini va moliyaviy natijalarning pasayishini to‘xtatadi. Shu bilan birga, qo‘shimcha likvidli vositalarni jalb qilish orqali korxonada o‘z moliyaviy ahvolini mustahkamlashi o‘zini ko‘zda tutilmagan hodisalardan sug‘urtalashi mumkin.

Qaytariluvchi lizingni yana balansni tenglashda ko‘char va ko‘chmas mulkni «qayta baholash» orqali, uni balans bahosi bo‘yicha emas, balki yuqoriroq bozor bahosida sotish orqali muvaffaqiyatli qo‘llash mumkin. Birinchi navbatda, bu g‘arbda yer va binolarga tegishli hisoblanadi.

Operativ yoki servis lizingi bu qisqa muddatli uskunalar ijarasi bo‘lib, bunda ketma - ket bir qancha lizinga oluvchilar uskunani ijaraga olishadi, operativ lizing obyekti sifatida kompyuterlar, kserokslar, fakslar va boshqa inurakkab axborot kommunikatsiya texnologiyalari, samolyotlar va avtomobillar maydonga chiqadi.

Operativ lizingni keng miqyosda va faol ishlatishni ilk bor boshlagan kompyuter va orgtexnika bozorida eng yetakchi hisoblangan AQSHning «IBM» kompaniyasi va fuqaro aviatsiyasi uchun samolyot ishlab chiqarishga ixtisoslashgan «Mak – Donnel Duglas» kompaniyasi

sanaladi. Bu firmalar o'z tarmog'ida nafaqat amerika, balki jahon bozorida ham yetakchi hisoblanadi.

Operativ lizing moliyalash va ta'mirlash, xizmat ko'rsatish ijaraga olgan uskunani tuzatish doirasidagi keng darajada ijara beruvchi va ijarachi o'rtasidagi sherikchilik munosabatlarini ko'zda tutadi. Bunday turdagi lizingda afzal xususiyat ijaraga beruvchi texnologiyani o'rnatish, ta'mirlash, mutaxassislarni kasbiy o'qitib, tayyorlab beradi. Ijara beruvchining shu ko'rsatilgan xizmat va servislari xarajatlari lizing shartnomasiga kiritiladi. Operativ lizingning boshqa bir xususiyati shundaki, u to'liq amortizatsiya tamoyiliga asoslanmaydi, ya'ni uskunalarni to'liq bahosini qoplashni nazarda tutmaydi. Lizing davri odatda amortizatsiya davridan kichik bo'ladi. Keyinchalik ijaraga beruvchi lizing shartnomasi muddatini uzaytiradi (lekin oldindagidan farqli boshqa sharoitlarda), yoki uskunani qoldiq bahosi bo'yicha sotadi. Bunda uskunani boshqa bir uchinchi shaxsga sotib yuborish imkoni ham yo'q emas. Bu xususiyat AQSHda amal qilib turgan antimonopol siyosat unsuri sifatida lizing to'g'risidagi qonunchilikda bor. Uskunani muddat tugagach oxirida ikkilamchi bozorda qayta sotish daromadni ko'paytirishning eng qulay imkoniyatlardan biri hisoblanadi, albatta, bunda qoniqarli darajada texnik servis ko'rsatilishi va uskunalar bozori bo'yicha yaxshi bilimlarga ega bo'lish kerak.

Nihoyat, operativ lizingning farq qiluvchi tomoni lizing shartnomasida ko'pgina hollarda ijarachiga muddatdan ilgari uskunaning ijarasini tugatishi va uskunani qaytarib berish huquqi beriladi. Bu ijarachi uchun qulay sharoit hisoblanadi, chunki u uskunani kutilmagan holda ma'naviy eskirishidan sug'urtalanadi va o'z vaqtida kerak bo'lmay qolgan uskunani qaytarib berishi mumkin.

Ijaraga beruvchiga ham shartnomaga muddatdan oldin uskunani qaytarib berish sharti kiritilishi juda muhim. Mijozlarga yaxshi sharoitlar yaratib berib, ijaraga beruvchi bozorni kengaytiradi, yangi modeldagi uskunalarni o'rganishga talabni oshiradi va qisqa muddatli, uzoq muddatli ilmiy asoslangan moliyaviy dasturlarni joriy qiladi.

To'liq qoplanadigan lizing bu uzoq muddatli sheriklarning o'zaro munosabati bo'lib, bunda lizing oluvchi asta - sekin shu uskunaning to'liq bahosini va lizing beruvchining foydasi bo'lgan muayyan summani qaytarib beradi.

Qisman to'lanadigan lizing bu shunday lizing turiki, unda lizing beruvchi uskunaning bahosini ma'lum qismini qaytarib oladi va yana qilgan servis xizmatlari uchun muayyan foyda oladi. Kerakli foyda

miqdoriga erishish uchun bunday kelishuvlarni bir nechtasini amalga oshiradi (masalan, operativ lizing).

Liveridj lizing bu shunday munosabatki, bunda ijaraga beruvchi bo'lib bir nechta kompaniyalar, firmalar, tashkilotlar maydonga chiqadi. Bunday lizing turi katta loyihalarni amalga oshirishda ishlatiladi.

Qo'shimcha majburiyatlarni o'z ichiga oladigan lizing bu shunday ijara munosabatlariki, bunda lizingga beruvchi o'z zimmasiga qo'shimcha majburiyatlarni oladi (masalan, texnik xizmat ko'rsatish, uskunalarni ta'mirlash, sug'urtalash va hokazo).

Sof lizing munosabatlarning shunday shakliki, bunda lizingga beruvchi faqat uskunani ijaraga beradi va boshqa barcha uskunani ishlatish bilan bog'liq muammolar lizingga oluvchi zimmasiga yuklanadi.

Avtomobil va uskunalarni ijaraga olish shartnomalarini tuzishda boshqa munosabatlar shakllari ham ishlatilishi mumkin (shartnomalar nomlari).

- *Renting* – asbob-uskuna va mashinalarning qisqa muddatli ijarasini nazarda tutadi;

- *Xayring* – asbob-uskuna va mashinalarning o'rta muddatli ijarasini nazarda tutadi;

- *Lizing* – asbob-uskuna va mashinalarning uzoq muddatli ijarasini nazarda tutadi.

Lizing munosabatlarida ikki tomon qatnashadi: Lizingga beruvchi va lizingga oluvchi (ishlatuvchi), ular bir -biri bilan lizing shartnomasi tuzadilar (lizing to'g'risida shartnoma yoki lizing shartnomasi).

Lizing shartnomasining asosini tadbirkorlik xatti - harakatlarining asosiy bosqichlari tashkil etadi. Bu bosqichlarni ishlab chiqish mantiqan quyidagi unsurlarni o'z ichiga oladi (avval ishlatilgan uskunani ijaraga berishda qo'llaniladi):

1. Lizing shartnomasining predmeti hisoblangan uskunani to'liq qiymatini hisoblash. Bu ko'rsatkich odatda kelishilgan bo'ladi, chunki uskunani ijaraga olish paytida qiymatini aniqlash murakkab (baholar o'zgaradi, bahodan chegirmalar va hokazolar). Aytaylik tomonlar kelishilgani bo'yicha uskunani olish paytida to'liq qiymati shartli ravishda 10000 pul birligini tashkil etdi.

2. Tomonlar uskunani to'liq normativ ishlash muddatini belgilaydilar. Bu ko'rsatkich ham odatdagidek keng tarqalgan, ko'p ishlatiladigan biron bir tushuncha bo'lib, ko'pchilik hollarda kelishuv

asosida belgilanadi. Bizning holatda tomonlar kelishuviga ko'ra uskunaning xizmat qilish muddati 5 yil deb belgilandi.

3. Bundan keyin tomonlar uskunaning qoldiq ishlash muddatini aniqlaydilar. Aytaylik, tomonlar kelishuvi bo'yicha uskunaning to'liq normativ ishlash muddati 5 yil, u esa lizing beruvchi tomonidan oldin 3 yil ishlatilgan. Demak, qolgan normativ ishlash muddati 2 yil bo'ladi.

4. Endi tomonlar uskunaning qoldiq normativ qiymatini hisoblashlari mumkin. Uni hisoblashda quyidagi formuladan foydalaniladi: uskunaning to'liq qiymatidan barcha amortizatsiyani ayirib tashlash kerak. Bizning misolimizda 1 yillik amortizatsiya ajratmalari 2000 pul birligiga teng (10000 / 5), va uskunani 3 yil ishlatgandan keyin lizing beruvchining amortizatsiya jamg'armasida 6000 pul birligi shakllanadi (2000*3). Demak, uskunaning qoldiq qiymati 4000 pul birligiga teng (10000-6000).

Qoldiq qiymatni boshqacha qilib hisoblasa ham bo'ladi, ya'ni qolgan normativ ishlash muddatidagi amortizatsiya jamg'armasini hisoblash bilan. Har yilgi amortizatsiya ajratmalari 2000 shartli pul birligiga teng. Qolgan normativ ishlash muddati 2 yil (5-3). Demak, amortizatsiya ajratmalari miqdori (bu esa uskunaning qolgan normativ qiymatiga teng) 4000 shartli pul birligini tashkil etadi.

Shunday qilib, lizingga oluvchi 4000 pul birligini lizinga beruvchiga to'lashi kerak va shundan keyin uskuna to'liq uning ixtiyoriga o'tadi va mulki bo'lib qoladi.

5. Endi tomonlar lizinga oluvchi lizing beruvchiga ijara to'lovi sifatida beradigan tovarning qiymatini aniqlaydilar. Bu tovarning qiymatini aniqlash oddiy amaliyotni qo'llash orqali, ya'ni ayni paytda bu tovarga yoki unga o'xshash tovarlarning bahosidan kelib chiqib hisoblanadi. Bizning holatda tomonlar bir birlik tovarning bahosini 500 shartli pul birligi deb kelishdilar deb faraz qilamiz.

6. Demak, lizingga oluvchi ijara to'lovi sifatida lizinga beruvchiga 8 tovar birligini (4000:5) berishi kerak (uskunaning qoldiq to'lovi qiymati).

7. Shuningdek tomonlar, bu 8 tovar birligini tovarni qachon yetkazib berishni kelishib oladilar, boshqacha qilib aytganda, qaysi muddatgacha lizing shartnomasi amal qilishini aniqlab oladilar.

Bizning holatda shu 8 birlik tovarni 1 yil mobaynida yetkazish kerak. Bir yildan so'ng, shu shartlar bajarilgandan so'ng uskuna lizing oluvchi ixtiyoriga o'tadi. Lekin boshqacha variantlar ham bo'lishi

mumkin. Masalan, mulkchilik huquqi lizingga beruvchidan lizingga oluvchiga 1 yildan so'ng o'tadi, ammo lizingga oluvchi tovarni 2 – 3 yil davomida yetkazish majburiyatini oladi. Bunday vaziyatda 8 birlik tovardan ortiqcha yetkaziladigan tovarlar uchun lizing beruvchi tomonidan oddiy savdo shartlarida to'lovlar amalga oshiriladi.

Bundan tashqari, tomonlar shartnomaning samaradorlik darajasiga va o'zaro munosabatlarga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan boshqa vaziyatlarni ham ko'rib chiqishi lozim.

Biz ko'rayotgan misolda tomonlar o'zaro munosabatlarini qator xarajatlar bo'yicha tartibga soluvchi shartni shartnomaga kiritishlari kerak.

Bu shartda kim to'lovni qaysi tomon hisobiga amalga oshirishi kelishilishi kerak:

- uskunani lizingga beruvchidan lizingga oluvchiga tashib berish yoki yetkazib berish;

- uskunani lizingga oluvchi tomon ish joyiga o'rnatish va uni ishga tushirib berish;

- xodimlarni o'qitish (agar talab qilinsa);

- ehtiyot qismlarni yetkazish;

- joriy va kapital ta'mirlash.

Bugungi kunda dunyoda lizing operatsiyalari to'g'risida (boshqa operatsiyalar bilan taqqoslaganda) yangi istiqbolli soha degan umumiy qabul qilingan fikr mavjud. O'zbekiston tadbirkorlar va chet ellik hamkorlar o'rtasidagi munosabatlarda asosiy rol ni uskunani ma'naviy (jismoniy emas) eskirishiga asoslangan lizing shakllari ustuvor hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi ichki manbalar hisobiga asosiy kapitalga investitsiyalar tarkibida lizing ulushi 2010-yilda 2,8 foizni tashkil etdi. Ta'kidlash joizki, 2010-yilda lizing xizmatlarining respublikamiz yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 0,52 pozitsiyaga pasayib, 1,8 foizni tashkil etdi, bu esa YAIM o'sishi sur'atlarining lizing xizmatlari hajmlari o'sishiga nisbatan yuqoriligi bilan izohlanadi. Biroq, YAIMda lizing xizmatlari portfelining ulushi 2010-yilda 2009-yilga nisbatan 10 % ga oshib, 2,32 % ni tashkil etdi (7.4.1-jadval).

2005-2010-yillarda O‘zbekiston Respublikasi iqtisodiyotining ayrim makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarida lizing xizmatlarining ulushi¹

7.4.1-jadval

Yillar	Lizingga berilgan mol-mulk qiymati, mlrd. so‘mda	Asosiy kapitalga investitsiyalarda lizingning ulushi, foizda	Yalpi ichki mahsulotda lizingning ulushi, foizda
2005	90,6	3,72	0,94
2006	131,1	4,22	1,16
2007	214,5	3,91	1,2
2008	351,6	4,15	2,22
2009	401,6	3,19	2,32
2010	430,3	2,8	1,8

7.4.1- jadvaldan ko‘rinadiki, 2005-yilga nisbatan 2010-yilda lizingga berilgan mol-mulk qiymati qariyb 4,8 martaga oshgan.

2005–2010-yillardagi O‘zbekiston Respublikasi lizing xizmatlari bozorining umumiy dinamikasini tahlil qiladigan bo‘lsak, ijobiy holat yoki tendensiyalar ko‘zga tashlanadi. 2009-yilga nisbatan 2010-yilda lizingga berilgan mol-mulk hajmi 28,7 mlrd. so‘mni tashkil etdi. Bu esa haqiqatda ham respublikamizda lizing xizmatlarining o‘shish tendensiyalari kuzatilayotganining yaqqol dalilidir.

Agar 2005-yilda lizing xizmatlari bozorida 64 ta lizing beruvchilar faoliyat yuritgan bo‘lsalar, 2010-yilda ularning soni 86 taga yetdi. Ulardan 50 tasi lizing kompaniyalari, 21 tasi banklar va 15 tasi asosiy faoliyat turi lizing bo‘lmagan kompaniyalardir (7.4.2-jadval).

2005–2010-yillarda O‘zbekiston Respublikasi lizing xizmatlari bozorida faoliyat yuritayotgan lizing beruvchilar soni dinamikasi²

7.4.2-jadval

Yillar	2005	2007	2008	2009	2010	2010-yil 2005-yilga nisbatan, foizda
Lizing beruvchilar soni	28	33	49	64	86	307

¹ O‘zbekistonning lizing beruvchilar uyushmasi ma‘lumotlari.

² O‘zbekistonning lizing beruvchilar uyushmasi ma‘lumotlari.

Lizing xizmatlari servisi bozorini tahlil qilar ekanmiz, bozorda faoliyat yuritayotgan lizing beruvchilarning bozor ulushi, ularning o'zgarish dinamikasi alohida muhim ahamiyat kasb etadi (7.4.3-jadval).

2005–2010-yillarda O'zbekiston Respublikasi lizing xizmatlari bozorida ishtirokchilar ulushining dinamikasi¹

7.4.3-jadval

Yillar	2005	2007	2008	2009	2010
Lizing kompaniyalari					
Mol-mulk qiymati, mln. AQSH dollari	59,3	57,3	85,1	168,3	183
Ulushi, % da	72,7	53,3	50,1	63,2	66,7
Banklar					
Mol-mulk qiymati, mln. AQSH dollari	19,2	46,4	80,2	93,6	996
Ulushi, % da	23,6	43,1	47,3	35,2	33,0
Boshqalar					
Mol-mulk qiymati, mln. AQSH dollari	3,0	3,9	4,4	4,3	0,6
Ulushi, % da	3,7	3,6	2,6	1,6	0,2
JAMI:	81,5	107,6	169,7	266,2	274,2

2010-yilda O'zbekiston lizing xizmatlari bozorida lizing kompaniyalari ulushining o'sishi kuzatildi. Agar 2008-yilda lizing xizmatlari bozorining 63,2 foizi, 2009-yilda 66,7 foizi lizing kompaniyalariga tegishli bo'lgan bo'lsa, 2010-yilga kelib, bu ko'rsatkich 67,6 foizga yetdi.

O'zbekiston Respublikasi lizing xizmatlari bozorida 2005–2010-yillardagi lizing bitimlari dinamikasini quyidagi 7.4.4-jadvalda ko'rishimiz mumkin.

7.4.4-jadvaldan, 2010-yilda 2005-yilga nisbatan lizing xizmatlari bozorida tuzilgan bitimlar soni 136 foizga, bitimlar qiymati esa 475 foizga oshganligini ko'rishimiz mumkin.

¹ O'zbekistonning lizing beruvchilar uyushmasi (LBU) ma'lumotlari.

**2005–2010-yillarda O‘zbekiston Respublikasi lizing xizmatlari
servisi bozorida lizing bitimlari portfeli dinamikasi¹**

7.4.4-jadval

Yillar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2010 yil 2005 yil- ga nisba- tan, foizda
Yil davomidagi yangi bitimlar							
Bitimlar soni	4078	5630	5107	5970	6102	5548	136,0%
Bitimlar qiymati, mlrd. so‘mda	90,6	131,1	214,5	351,6	401,6	430,3	475,0%
Yil oxirida lizing portfeli							
Amal qilayotgan shartnomalar soni	13068	17693	21012	23830	27720	26344	201,0%
Qiymati mlrd. so‘m	149	245	336,6	818	1122,3	1243,1	834,0%

2005–2010-yillarda O‘zbekiston Respublikasi lizing xizmatlari bozorida amal qilayotgan shartnomalar soni 201 foizga, shartnomalar qiymati esa 834,0 foizga oshganligini ko‘rishimiz mumkin. Bundan tashqari, jami kredit portfeli 2010-yil oxirida 1243,1 mlrd. so‘mgacha oshib, qaralayotgan davrda 37,2 % ga oshganligini ta’kidlash lozim. Jami amal qilayotgan shartnomalar oxirgi yilda qariyb mingtaga oshgan (7.4.5-jadval).

¹ O‘zbekiston Respublikasi LBU ma’lumotlari.

2006–2010-yillarda O‘zbekiston Respublikasi lizing xizmatlari bozorida lizingga berilgan mol-mulklarning turlari dinamikasi¹

7.4.5-jadval

Sohalar, asbob-uskuna, mulk turlari	2006-yil		2007-yil		2008-yil		2010-yil	
	Bitimlar soni	Bitim qiymati, mln. AQSH dollari	Bitimlar soni	Bitim qiymati, mln. AQSH dollari	Bitimlar soni	Bitim qiymati, mln. AQSH dollari	Bitimlar soni	Bitim qiymati, mln. AQSH dollari
Yengil sanoat uchun	38	5,6	91	6,4	50	6,8	94	7,8
Oziq-ovqat ishlab chiqarish uchun	27	2,6	51	3,8	98	6,7	111	15,6
Poligrafiya	30	3,6	22	1,0	41	3,8	67	4,2
Qurilish va qurilish materiallari ishlab chiqarish uchun	49	5,9	117	17,8	171	22,2	229	15,9
Boshqa ishlab chiqarish uskunalari	5	0,2	6	0,3	3	0,7	0	0
Savdo	10	0,6	3	0,05	9	0,79	54	0,1
Tibbiyot	27	0,9	39	1,8	35	2,0	106	2,7
Kompyuterlar va AKT lar	28	1,0	50	0,5	31	1,2	79	1,4
Qishloq xo‘jalik texnikasi	5022	61,3	38,5	61,1	3921	101,1	3772	77,7
Yuk avto-transporti	24	1,7	57	6,4	237	17,7	223	50,5

¹ O‘zR LBU ma’lumotlari.

Yo'lovchi transporti	274	7,1	701	29,4	1027	46,6	289	25,9
Ko'chmas mulk, mulk majmuasi	49	8,9	67	16,0	98	36,2	140	38,1
Boshqalar	47	8,2	88	25,1	249	20,4	290	26,9
Jami	5630	107,6	5107	169,7	5970	266,2	5548	271,1

Milliy iqtisodiyotda lizing xizmatlari bozori (LXB)ni o'rganishda uning tarmoqlar bo'yicha tarkibiy tuzilishini bilish alohida ahamiyat kasb etadi. Agar biz lizingga berilgan mol-mulklar tarkibining sohalar bo'yicha o'zgarish dinamikasini ko'radigan bo'lsak, 2006-2010-yillarda respublikamiz LXBda eng ko'p lizing bitimlari o'sish sur'atlari qishloq xo'jaligi texnikasi (28,6 foiz), yuk transporti (18,6 foiz), ko'chmas mulk (14,0 foiz)ga to'g'ri keladi.

Keyingi yillarda qishloq xo'jalik texnikasining umumiy lizing tarkibidagi ulushi bir yili kamayib, keyingi yili ko'payib turibdi. Masalan, 2010-yilda lizingga berilgan qishloq xo'jalik texnikalari umumiy hajmi 77,7 mln. AQSH dollarini tashkil etdi. Qishloq xo'jalik texnikasini asosiy lizingga beruvchilari ALK «O'zqishloqmashlizing» kompaniyasi, banklar orasida esa OATB «Mikrokreditbank» va DAT «Xalq banki» hisoblanadi.

Respublikamiz lizing xizmatlari bozorida yuk avtotransportining ulushi sezilarlicha o'sib bormoqda. Jumladan, ushbu lizing turi 2008-yilda umumiy lizing xizmatlari bozorining 7 foizini tashkil etgan bo'lsa, 2009-yilda qariyb 2 martaga o'sib, 14 foizni tashkil etdi.

Qurilish materiallari ishlab chiqarish uchun mo'ljallangan texnikaning umumiy lizing xizmatlari bozorida ulushi 2009-yilda 2008-yilga nisbatan 1% qisqardi va umumiy lizing xizmatlari bozorining 7 foizni, xuddi shunday yengil sanoat uchun mo'ljallangan texnikalarining lizing ulushi esa 2 foizni tashkil etdi. Eng ko'p lizing bo'yicha amalga oshirilgan bitimlar qishloq xo'jaligi texnikasiga (61,7 foiz) va yo'lovchi avtotransportiga (8,8 foiz) to'g'ri keladi.

Franchayzing (fransuzcha «franshiza» so'zidan olingan bo'lib, imtiyoz degan ma'noni anglatadi) – dunyoda keng tarqalgan sherikchilik va hamkorlik shaklidir. Franchayzingning mohiyati quyidagicha: yirik kompaniya o'zining muayyan tovar ishlab chiqarish va sotish uchun huquqini berish to'g'risida kichik bir korxon bilan shartnoma tuzadi va kichik korxon shu yirik kompaniya nomidan xizmat ko'rsatadi, savdo

belgisidan foydalanadi yoki boshqacha qilib aytganda» litsenziya bo'yicha ishlash»ga o'xshaydi.

Dunyoda bu tizimda «Makdonalds», «Kentukki frayd chikken», Rossiyada «Doka – pitstsa» kabi kompaniyalar shu sohada faol faoliyat yuritayptilar. O'zbekistonda esa franchayzing tizimida «Bek», «Burger» restoranlari tarmog'i ishlayapti (barcha viloyatlarda). Birinchi bo'lib franchayzing shakli 1950-yilda Amerika avtomobil va neft kompaniyalari tomonidan ishlatildi.

Bunday munosabatlar tizimida ikkita tomon qatnashadi:

- **Franchayzer** – muayyan huquqlarni va savdo markasini ishlatish huquqini beruvchi asosiy, bosh kompaniya.

- **Operator** – shartnoma bo'yicha muayyan huquqlarni jumladan savdo markasini ishlatishni ham qo'lga kiritadigan kichik bir kompaniya. Bunda aytish lozimki, operator mustaqil ishlab chiqaruvchi, huquqiy shaxs, o'zini hisob raqamiga, mustaqil balansiga ega bo'ladi, ya'ni o'z ishini barcha tavakkalchiligi va mas'uliyatini zimmasiga oladi.

Ammo operator o'z biznesini franchayzer nomidan amalga oshiradi, ya'ni uning savdo markasidan foydalanadi. Bunday hamkorlik shakli endi shakllangan korxonalar uchun qulay, chunki obro'li franchayzer tomonidan amalga oshirilgan reklamaga deyarli xarajat qilish kerak emas, iste'molchi savdo markasiga va tovar xizmatga ko'nikkan bo'ladi.

Franchayzer qoida bo'yicha shartnomani bir nechta operatorlar bilan tuzadi va bu bilan o'ziga qaram bo'lgan savdo va sanoat tashkilotlarining shaxobchalangan tarmog'ini tuzadi. Kelishilgan majburiyatlar bo'yicha operatorni franchayzerga qaram bo'lishi, franchayzer o'rnatgan ishlab chiqarish va sotish qoidalariga amal qilishi, franchayzer firma belgilaganidek, ya'ni yaxshi xizmat ko'rsatishga kafolat berishi (mayda detallarigacha, masalan, «Makdonalds» tarmog'idagidek yagona ish kiyimini kiyish va hokazo) kerak bo'ladi.

Franchayzer va operator o'rtasida tuzilgan shartnomada belgilanganidan tashqari (istalgan shartnoma uchun) boshqa to'lovlar to'g'risidagi shartlarni ham o'z ichiga oladi (bu muhim). Bunday kelishuv aloqalarida yangi shakllangan yoki kamquvvatli moliyaviy munosabatlarga ega korxonalar ishtirok qilishini e'tiborga olgan holda franchayzer quyidagi vazifalarni ko'rib chiqadi:

1. U operatoridan oldida uning nomidan bozorga chiqish huquqiga ega bo'lgani uchun dastlabki mukofot pulini oladi. Lekin bu mukofot puli qaysi ishlab chiqarish yo'nalishida ekanligini e'tiborga olgan holda

oqilona belgilanishi kerak. (AQSHda mukofot puli ko'chmas mulk bilan savdo qiluvchi kompaniyalarda 2,5 AQSH ming dollaridan – avtomobillar ijarasi bo'yicha kompaniyalarda – 150 ming AQSH dollarigacha to'lanishi mumkin);

2. Franchayzer operatorga – kapital qo'yish bilan bog'liq muam-molarni yechib beradi. U operatorga uskuna, texnologiya va boshqalarni, kredit beradi (odatda kredit 2-3 yilga imtiyozli beriladi) yoki bo'lmasa bankka kredit bo'yicha operator nomidan murojaat qiladi, yoki operator-ning o'zi bankka murojaat qiladi, lekin franchayzer kafil bo'ladi. Bu esa kredit olishni osonlashtiradi).

3. Franchayzer foydadan joriy ajratmalar (odatda 2-3 %) yoki joriy to'lovlarning me'yorini belgilab beradi (*ularning miqdori tashkilotning sohasi va foydaliligiga bog'liq, masalan AQSHda kimyoviy tozalash egasi bir oyda 100 AQSH dollariga yaqin to'laydi*). Shartnomada boshqa to'lov shakllari ham ko'zda tutiladi (masalan, reklama va boshqalar uchun).

Shartnoma sharti bo'yicha franchayzer operatorda normal ishlab chiqarishni tashkil etish bilan bog'liq xizmatlarni o'z zimmasiga oladi:

- uskunalar yetkazish;
- texnologiyalarni berish;
- xomashyoni yetkazib berish;
- xodimlarni o'rgatish;
- buxgalteriya hisobi bo'yicha xizmat ko'rsatish va boshqalar.

Operator tovar yoki xizmat sifatiga, ularni hujjatlashtirish, ya'ni sotish markasi obro'si bilan bog'liq ishlarni o'z zimmasiga oladi.

Shartnoma odatda uzoq muddatli ko'rinishda bo'ladi, lekin shart-noma francheyzer tomonidan xohlagan paytda bekor qilinishi mumkin. Agar operator kelishilgan shartlarni bajarmasa, bu esa franchayzer fir-masining obro'sini tushushiga yoki savdo markasining obro'siga yomon ta'sir etsa, iste'molchilar sonini kamaytiradi.

Bunday munosabatlar shaklida O'zbekistonni savdo sohasi yaxshi rivojlanishi mumkin. Lekin katta kompaniyalar, franchayzer rovida bo'ladigan bo'lishi kerak.

Loyihaviy moliyalashtirish – sherikchilik aloqalarining bu shak-lini tadbirkorlikda moliya-kredit munosabatlar sohasiga kiritishimiz mumkin, lekin uning asosida ishlab chiqarish, ishlab chiqarishni tashkil etish yotgani uchun, biz uni ushbu bo'limda ko'rib chiqamiz.

Loyihaviy moliyalashtirish – bu sherikchilik aloqalar shaklini quyidagi holatlarda ifodalaydi:

a) bunda bir tomon ikkinchi tomonning tadbirkorlik loyihasini moliyalashtirishni o'z zimmasiga oladi, ikkinchi tomon esa loyihani yuqoridagi holatda amalga oshirishni zimmasiga oladi;

b) bunda bir tomon tayyor loyihaga ega bo'lib, ikkinchi tomonga loyihani amalga oshirishni taklif qilsa va uni amalga oshirishning barcha xarajatlarini o'z zimmasiga olsa.

Birinchi va ikkinchi holatlarda ham ikkinchi tomon odatda lizingdagi tovar shaklida (ya'ni shu loyihani amalga oshirish natijasida ishlab chiqarilgan tovar) unga berilgan kreditni qaytarib berishi kerak. Shuning uchun loyihaviy moliyalashtirish va lizing kompensatsion bitimlar turiga kiradi (kompensatsiya tovar shaklida amalga oshiriladi).

Masalan: Siz yog'ochni tayyorlash va ishlov berish huquqiga egasiz. Sizga yog'ochni tayyorlash va xomashyo sifatida sotish foydasiz. Foydasizligi shundaki, agar siz yog'och xomashyoni sotib va 1.0 koeffitsiyentga teng foyda ko'rsangiz, aksincha yog'ochga birlamchi ishlov berib, (masalan, po'stini tozalash) va uni sotsangiz bunda bu koeffitsiyent 1,7– 1,8ga ko'payadi. Agar siz xomashyoni tayyorlasangiz, birlamchi ishlov bersangiz va uni yarim tayyor mahsulot etib sotsangiz, u holda samaradorlik koeffitsiyenti 3,5 – 3,6 gacha ko'payadi. Demak, yarim tayyor mahsulot qilib sotish foydaliroq. Lekin, sizda ishlab chiqarish quvvatlari yo'q. Bunda siz ishlab chiqarilgan yarim tayyor mahsulotni sizdan sotib oladigan va shu asosda ishlab chiqarish majmuasini tashkil etishni moliyalashtiradigan sherikni qidirish kerak. O'z navbatida siz kreditni, kreditning to'liq qismi va kreditdan foydalanlik uchun foizni yarim tayyor mahsulot shaklida ham to'lashingiz mumkin. Ammo, ta'kidlash joizki, bunday munosabatlarda mulkchilik huquqi moliyalashtirish bilan shug'ullanadigan tomonda bo'ladi.

Litsenziyalash – bunday turdagi munosabatlarda asosiy subyekt bo'lib litsenziar (biron bir huquqga ega bo'lgan) va litsenziat (bunday huquq vaqtincha yoki butunlay beriladigan tomon) ishtirok etadi.

Litsenziar litsenziat bilan shartnoma tuzadi. Bunda litsenziatga ishlab chiqarish jarayonidagi texnologiyalarni ishlatish, tovar belgisi, patent, savdo siri va boshqa huquqlari beriladi, ammo u gonorar to'lashi yoki litsenziya to'lovini amalga oshirishi kerak. Bunday huquqlarni berish litsenziarga yangi bozorga chiqish imkonini beradi va litsenziatga ishni noldan boshlash shart emas. Biroq bunday munosabatlarda qo'shma korxonadagiga qaraganda boshqarish huquqi litsenziar tomonidan biroz qisqaradi.

Litsenziya shartnomasini tayyorlashda shuni e'tiborga olish kerakki, bunday shartnomaga litsenziarni boshqa yetkazib beruvchilari ham jalb qilinishi mumkin. Gap shundaki, litsenziarlarning ko'pchiligi tayyor mahsulotni hamma unsurlarini o'zi ishlab chiqarmaydi, lekin ular uni boshqa yetkazib beruvchilardan sotib oladilar, ular esa uni litsenziar chizmalari va andozalari asosida tayyorlaydilar. Ko'pgina sherik yetkazib beruvchilar ushbu unsurlarni ishlab chiqarish uchun o'zining yangi texnologiyalari va nou - xaularini joriy qilganlar, lekin bu mahsulotlar litsenziarga ma'lum emas. Litsenziar bu texnologiyaga ega bo'lmaganligi uchun, bu xaridor bilan uning shartnomasini bir qismi bo'lib bilmaydi. Lekin potensial litsenziatni litsenziarni o'zi sotib oladigan mahsulotning barcha unsurlarini ishlab chiqarish texnologiyaga ham zaruriyati bor. Bunda litsenziar hamma kerakli litsenziyalarni boshqa yetkazuvchilardan sotib olishi mumkin yoki sherigiga bu litsenziyalarni sotib olishiga yordam berishi mumkin.

Agar litsenziar barcha texnologiyalarni va nou - xaularni yetkazib berishni o'z zimmasiga olsa, u boshqa barcha yetkazib beruvchilar o'z litsenziyalarini sotishga qarshi emasligiga ishonch hosil qilishi kerak. Shu nuqtayi nazardan shartnoma juda aniq bo'lishi kerak. Agar shartnoma aniq batafsil bo'lmasa, ko'pgina litsenziatlar litsenziar barcha majburiyatlarni o'z zimmasiga oldi deb o'ylashlari mumkin.

Ko'rib chiqayotgan muammodan tashqari ko'pgina holatlarda patentlanish huquqiga ega bo'lmagan nou - xaularni himoyalash zarur bo'ladi. Litsenziar kelishuv paytida o'z huquqini faqat mavjud nou - xausining asosiy qismini «ochmay» himoya eta biladi va yakunlovchi shartnomada mahsulotni shartlarini ko'rsatib beradi. Eng yaxshi muzokaralar olib borish taktikasi bu nou - xauni ko'p qismini ochmasdan faqat kelishuvga zarur jihatlarinigina ko'rsatib berishdan iborat. Bundan tashqari, ko'pgina firmalar shartnomani tuzish paytida sherigiga sirlarni oshkor qilmaslik to'g'risidagi hujjatga imzo qo'ydirishni o'ziga qoida qilib oladilar. Litsenziat muzokara paytida olgan axborotlarni boshqa tomonga oshkor qilmaslikka rozilik beradi. Ammo kompaniyalar bitimi albatta tuziladi deb o'ylab, ba'zan nou xauni oshkor qilishgacha boradilar. Agar litsenziar litsenziat haqiqatda ham uning litsenziyasini sotib olmoqchi va shu paytda u raqobatchilar bilan muzokara olib borayotganligini bilmasa, nou - xauni oshkor qilish bu risk.

Agar kompaniya murakkab texnologiyaga ega va uni nusxalash juda qiyin bo'lsa, u litsenziatga opsion taklif qilishi mumkin. Bunda litsenziat oldindan cheklangan bir vaqt ichida mukofot pulini beradi va

bu vaqt ichida qaror qabul qilish uchun kerak bo'lgan hujjatni o'rganib chiqadi. Agar potensial litsenziat shartnomadan bosh tortsa, bu mablag' qaytarilmaydi. Agar rozi bo'lsa, bu mablag' dastlabki badal sifatida naqd holda ishlatiladi. Bir qator qimmat texnologiyaga ega bo'lgan firmalar mahsulot axborotlarini taqdim qilgani uchun va nou - xauni ochgani uchun shartnoma tuzishdan oldin badal to'lashni talab qiladilar. Shunday kompaniyalar borki, ular faqat litsenziatni texnologiyaning qiziqitira oladigan qismini oshkor qiladilar va ular tomonidan ishlab chiqarish uchun kerak bo'lgan asosiy unsurlarni, axborotlarni aytmay turadilar.

Kompaniya sirlarini himoya qilishning yo'llaridan biri bu ikkita shartnoma tuzish hisoblanadi: 1) minimum texnik axborotni o'z ichiga olgan litsenziat kelishuv; 2) barcha texnik hujjatlarni o'z ichiga olgan nou - xau shartnomasi (reja, chizmalar va mahsulotni ishlab chiqarishga zarur bo'lgan boshqa ma'lumotlar). Bu shartnomalar maxfiy axborot uchun badal to'lagandan so'ng amal qila boshlaydi.

Patentlanmagan nou - xaularni «sirni oshkor qilmaslik» va «saqlash to'g'risida» gi maxsus band bilan himoya qilish kerak. Bu litsenziatga litsenziardan olgan texnik axborotni oshkor qilmaslik majburiyatini yuklaydi. Litsenziat nou - xau va boshqa maxfiy ma'lumotlarni sirligini saqlash uchun barcha chora - tadbirlarni ko'rib chiqishi kerak va uni faqat shartnoma maqsadlari uchungina ishlatishi lozim litsenziar ham litsenziatning hujjatlari va boshqa maxfiy axborotlari uchun xuddi shunday majburiyatlarni o'z zimmasiga oladi.

Konsessiya – bu shunday shartnoma shakliki, bunda tadbirkor va davlat yoki munitsipal hokimiyat organlari o'rtasida davlatning monopol mulkida bo'lgan yoki munitsipial hokimiyatga tegishli xo'jalik obyektlarini ijaraga olish haqida shartnoma tuziladi. Bunday shartnomaning obyektlari bo'lib yer osti boyliklari, konlari, tabiiy boyliklar (ko'llar, o'rmon massivlari va hokazo) hamda zavod va fabrikalar bo'lishi mumkin. Shartnomaning predmeti shartnomada belgilangan shartlar asosida obyektidan foydalanish hisoblanadi.

Konsessiya bu uzoq muddatli ijaraga olish shakli bo'lib, chet el kapitali yordamida xo'jalik obyektlarini tabiiy boyliklarni intensiv o'zlashtirish maqsadida hamda keyinchalik davlat yoki mahalliy hokimiyat tomonidan foydadan bir qismini olish va so'ngra (shartnoma muddati tugagandan so'ng yoki undan oldinroq) konsessioner tomonidan olib kelingan ishlab chiqarish va boshqaruv texnologiyalariga

ega bo'lishi. Konsessioner – bu uzoq muddatli ijara munosabatlarida ijarachi sifatida qatnashuvchi tadbirkor hisoblanadi.

Konsessiyada odatda shartnomada qatnashuvchi tomonlardan biri chet ellik tadbirkor bo'lganligi uchun, bu milliy iqtisodiyotga chet el kapitalini jalb qilishning shakllaridan biri sanaladi. O'zbekiston tarixida konsessial faollik asosan mustaqillikka erishgandan keyingi yillarga to'g'ri keladi (Zarafshon – Nyumont qo'shma korxonasi va h.k).

Shartnoma bo'yicha boshqarish – bu munosabatlarning shunday shakli, bunda bir tomon ikkinchi tomonga boshqaruv sohasi bo'yicha nou - xauni beradi, ikkinchisi esa uni zarur kapital bilan ta'minlaydi. Bu usul Amerikaning «Xilton» firmasi tomonidan boshqa mamlakatlarda mehmonxona ishini tashkil qilishda keng qo'llaniladi. Bunda o'z mohiyatiga ko'ra kapitalni emas, balki boshqaruv xizmatlarini eksporti amalga oshiriladi.

Pudrat ishlab chiqarishi – bu shunday munosabatlar shakli, bunda bir tomon shartnoma predmeti hisoblangan tovarni ishlab chiqarish va uni buyurtmachiga yetkazishni amalga oshiradi. Masalan, Amerikaning «Sirs» savdo firmasi o'zining universal do'konlarini tashkil qilishda shu universal do'konda sotiladigan tovar ishlab chiqarish uchun mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qidiradi.

7.5. Tovar ayirboshlash sohasidagi hamkorlik shakllari

Tovar ayirboshlash operatsiyasi deganda, sheriklarning o'zaro munosabatlarida muayyan tovarlarga mulkchilik huquqi bir tomondan ikkinchi tomonga o'tuvchi harakatga asoslanadi, lekin bunda pul shaklida hisob-kitoblar qilinmaydi, aksincha hisob-kitoblar tovar shaklida amalga oshiriladi. Bu munosabat tadbirkorlar o'rtasida ichki aloqalarda va chet ellik sheriklar bilan ham ishlatiladi. Tovar ayirboshlash operatsiyalari, ayniqsa, tashqi savdoda ko'p hollarda *qarama-qarshi* savdo deb yuritiladi.

Qarama-qarshi savdo bu alohida bitimlar ko'rinishidagi bitimlar majmui bo'lib, bunda ular bir-biriga tovar yetkazish orqali o'zaro balansga erishish maqsadida kelishadilar, ya'ni biron bir tovar sotib olinib unga javoban tovar yuborish). *Qarama-qarshi savdo ko'rinishlari bu barter bitimlari, qarama-qarshi yetkazib berish, tijoriy triangulatsiya.*

Barter deganda tovar ayirboshlash bitimi tushuniladi va bunda u quyidagilarni ko'zda tutadi:

- 1) aynan qaysi konkret tovarlar ayirboshlanadi;

2) bir tovarni ikkinchi tovarga ayirboshlashdagi muayyan nisbatlar (bu tovarlarning baholari haqidagi kelishuvlar orqali);

3) bir-biriga tovarni yetkazib berish muddatlari (odatda, dunyo amaliyotida bir-biriga o'zaro tovar yetkazib berish oralig'idagi vaqt eng ko'pi bilan 6 oy hisoblanadi).

Barter bitimi – bu biron bir muayyan tovar hajmini yoki bir qancha tovarlar hajmini unga baho bo'yicha ekvivalent bo'lgan boshqa tovar yoki tovarlar hajmiga ayirboshlash (pul ko'rinishidagi hisob-kitoblarni qo'llamasdan). Barter bitimining xususiyati shundaki, tomonlarning bu ko'rinishdagi bitimning barcha shartlari kelishilgan shartnomani imzolashdir.

Albatta, barter O'zbekistonda ham 2000-yillargacha keng qo'llanildi, shuningdek, bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda ham vaqti-vaqti bilan amalga oshiriladi. Masalan, 1980-yillar oxirlarida «Kseroks» firmasi o'zining bahosi 800 000 dollarga teng 200 ta nusxa ko'chirish apparatlarini o'ziga kerak bo'lgan tovar va xizmatlarga ayirboshladi (vilkali avto yuklagichlar, o'z ishchilariga aviachiptalar). Shuningdek, ko'proq barter bitimlari xizmat ko'rsatish va servis sohasidagi kichik tadbirkorlar o'rtasida rivojlangan (masalan, shifokor bilan huquqshunos o'rtasida o'zaro xizmatlarni ayirboshlash). Barter bitimlarining sonini va hajmini e'tiborga olgan holda, bugungi kunda, barter operatsiyalarida vositachi bo'lishga ixtisoslashgan firmalar ham paydo bo'la boshladi.

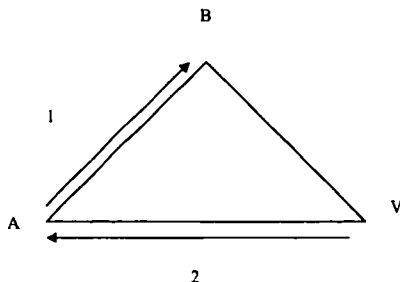
Qarama-qarshi yetkazib berish barterning bir ko'rinishi bo'lib unda tomonlar qanday tovarni va qaysi shartlarda (*bahosi, hajmi, vaqti va hokazo*) bir tomonga yetkazib berilishi kerakligini aniqlagan, lekin qaysi tovar ikkinchi tomonga yetkazilishi kelishilmagan. Bunday qaror tomonlar bilan keyin maxsus hujjat (*bayonnoma*) bilan yoki ikkinchi shartnomani tuzish orqali (*birinchining davomi*) qaysi shartlarda va qanday qarama-qarshi tovar yetkazish to'g'risida kelishiladi. Bunday *shartnomalar qarama-qarshi yetkazib berish bitimlari* deyiladi.

Masalan: sizda tovar bor va bu tovarni oddiy sharoitlarda sotib bilmaysiz. Lekin siz bilasizki, bu tovarga muhtoj tadbirkor bor va u hisob-kitobni naqd pulda to'lab bilmaydi, lekin keyinroq sizga kerak bo'lgan tovarni yetkazib bera oladi. Bu tovar yo sizning sherigingiz tomonidan ishlab chiqarilgan, yo sizga yuborish uchun sotib olingan. Agar tomonlarning bir-biriga tovar yetkazib berish oralig'i 6 oydan ko'p bo'lsa, buni qarama-qarshi yetkazib berish operatsiyasiga kiritisa bo'ladi.

Qarama-qarshi yetkazib berishni turlaridan biri qarama-qarshi sotib olish bo'lib, masalan, biron bir muayyan uskuna olgan mamlakat shu olingan uskuna bilan bog'liq bo'lmagan tovarlar bilan hisob-kitob qiladi. Bunday shartnoma odatda 1 yildan 5 yilgacha tuzilishi mumkin.

Offset bitimi bu tovar va xizmatlar ayirboshlashni nazarda tutishi bilan birga kapital, biron bir xizmat ko'rsatish va olingan imtiyozlarni qo'yish imkoniyatini nazarda tutadi

Tijoriy triangulatsiyada barter bitimini amalga oshirish uchun ikkita emas, balki uch va undan ko'p tomonlar qatnashishi mumkin. Masalan, siz A sherik sifatida B sherikka tovar yetkazib berishingiz mumkin, lekin unda B sherikda bor bo'lgan tovar sizni qiziqitmaydi. V sherikda sizga kerak bo'lgan tovar bor va u B sherikdagi mavjud tovarga qiziqishi bor. Bunda siz tijoriy triangulatsiya muzokaralarni qilishingiz mumkin (*lotin tilidan «triangulum» – uchburchak*). Tijoriy triangulatsiya asosida barter bo'lmagan operatsiya sifatida maydonga chiqadi (7.5.1-chizma).



7.5.1-chizma. Tijoriy triangulatsiya:

1 – tovar yetkazib berish, 2 – tovar haqini to'lash.

Siz B sherikka tovar yetkazib berasiz (Siz ABV uchburchakning A nuqtasidasiz). Tovар uchun pulni sizga V sherik beradi. Sizda u bilan hech qanday o'zaro aloqalar yo'q, lekin uning B sherik bilan aloqalari mavjud.

7.6. Savdo sohasidagi bitimlarning shakllari

Savdo sohasidagi sheriklarning o'zaro munosabatlarining quyidagi shakllari farqlanadi:

1. *Oddiy bitim yoki oldi- sotdi bitimi* (yoki tovarni shu zahotiy oq topshirish bitimi, ya'ni sotuvchida savdo paytida mavjud tovarga bitim).

Sheriklarning munosabati bunday bitimni tuzganda yetkazib berish yoki oldi-sotdi shartnoma asosida rasmiylashtiriladi (xizmatni sotishda xizmat ko'rsatish yoki servis ko'rsatish shartnomasi tuziladi). Bunday shartnomada sotuvchi va xaridor yoki yetkazib beruvchi va iste'molchi qatnashadi.

2. *Forvard bitimi yoki muddatli bitim* odatda 6 oydan 14 oygacha tuziladigan bitimdir.

3. *Biron bir belgilangan muddatda tovarni oldi-sotdi operatsiyalari*, shu jumladan, oldindan oldi-sotdi qilish va shartnomada ko'rsatilgan muddatda yetkazib berishni ham o'z ichiga oladi.

4. *Nou - xau shaklidagi axborotni berish bitimi*, shunday sheriklar munosabatiki, bunda biri ikkinchisiga bir yoki bir nechta patentlanmagan ishlab chiqarish sirlarini shartnomada ko'rsatilgan shartlar bo'yicha muayyan mukofot evaziga beradi.

5. *To'g'ri ishlab chiqarish aloqalarni o'rnatish bitimi* – bu firmalar korxonalar, tashkilotlar o'rtasida ishlab chiqarish, ilmiy - texnikaviy va boshqa faoliyat sohaslarida bevosita hamkorligiga asoslangan sheriklar munosabati. Bitimni rasmiylashtirish Xo'jalik shartnomasi yoki dastlabki bayonnomalarni tuzish, shartnoma ko'rinishida amalga oshiriladi.

6. *Spot bitimi* – tovar oldi-sotdi operatsiyalarining bir ko'rinishi bo'lib, darhol hisob-kitob qilish, yetkazib berishni nazarda tutadi. Ko'pgina holatlarda bunday bitim birja savdosida, naqd valutani sotishda qo'llanishi mumkin.

7. *Tovarni (xizmatni) eksport qilish bo'yicha bitim* – tovarni chet ellik sherikka yetkazish bo'yicha shartnoma. Bitim shartnoma ko'rinishida amalga oshiriladi.

8. *Reeksport bitimi* – shunday munosabatlar turiki bunda, bir sherik chet eldan tovarni keyinchalik boshqa mamlakatga sotish maqsadida o'z mamlakatida qayta ishlamasdan tovar sotib olish bilan bog'liq operatsiyasi.

9. *Tovarni (xizmatni) import qilish bo'yicha bitim* – bu sheriklar o'rtasidagi munosabat buning asosida tovarni chet eldan olib kirish yotadi (tovarni sotib oluvchi nuqtayi nazaridan).

Tashqi aloqalar sohasida qo'llash mumkin bo'lgan to'lovni kechiktirish bilan eksport (import) qilish mumkinligi – bu tovarni kredit asosida yetkazib berish shaklidagi qo'llaniladigan bitim yoki (*masalan, valuta tushumlariga nisbatan qattiq soliq siyosati sharoitida*) siz

o'zingizni foydangizga xorijiy sherigingiz hisob raqamida valutalarni to'planishidan manfaatdor bo'lasiz.

7.7. Moliyaviy munosabatlar sohasida hamkorlik shakllari

Moliyaviy munosabatlar sohasida tadbirkorlik sherikchilik aloqalarining *factoring* va *tijoriy transfert* kabi turlari farqlanadi.

Factoring – bu tadbirkor va faktor firma o'rtasidagi o'rnatiladigan o'zaro munosabatlar tizimi. Bunda faktor firma tadbirkorni debitor qarzini zimmasiga oladi (bunda tadbirkor tovar olib va uning uchun shu zahoti pul bera olmasa) yoki tadbirkordan biron bir sherikka to'lash bo'yicha talablarini sotib oladi (ya'ni tadbirkor tovarni yetkazib beradi, sotib oluvchi esa to'lovni kechiktirishdan foydalanadi).

Faktor firma sifatida asosan banklar maydonga chiqadi. (Ko'pgina banklar hozirga kelib bank guruhlariga aylandilar) o'z tarkibida *factoring*, lizing, injiniring, konsalting idoralarini ochib, ular oddiy moliyaviy xizmatlarnigina emas, balki mijozlarga kompleks xizmat ko'rsatadilar.

Factoring – bu savdo-kommission operatsiyalarining bir turi bo'lib, mijoz hisoblarini faktor-kompaniya tomonidan sotib olishi orqali mijozni oborot kapitalini kreditlash bilan mos kelishi.

Factoring – bu mijozlarga universal moliyaviy xizmat ko'rsatish hisoblanadi va bunga buxgalteriya, axborot, reklama, sotish, transport, sug'urta, kredit va huquqiy xizmat ko'rsatishlar kiradi. Mijozga faqat ishlab chiqarishni tashkil qilish vazifasi qoladi.

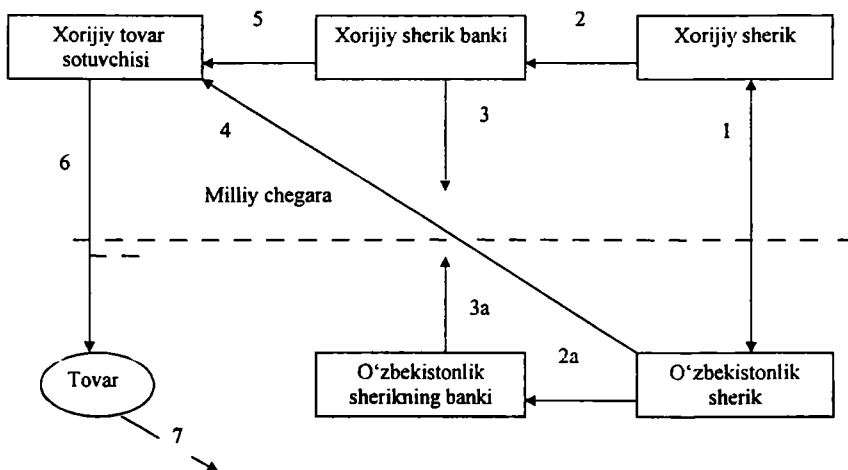
Factoring operatsiyalarining tarqalishi – hozirgi zamonaviy sharoitlarda odatda to'lash muddati 1 – 3 oygacha bo'lganligi bilan bog'liq. Agar bank bunday to'lovlar bo'yicha darhol hisob-kitob qilsa, ya'ni *skonto* (darhol to'lash) shartini ishlatsa, u holda mablag'lar aylanishi tezlashadi. Bunda foydasiga to'lovlar amalga oshirilgan tadbirkor, odatda bahodan 3% chegirma beradi va shu 3% esa faktor firmaning foydasi hisoblanadi.

Debitorlik qarzi – buxgalteriya hujjatlarida ko'rsatilgan schyot bo'yicha qarz. Masalan, siz tovarni sherigingizga sotdingiz, u esa to'lovni 3 oydan keyin amalga oshiradi. Demak, shu 3 oy davomida sizning kapital ishlamaydi va hech qanday foyda keltirmaydi. Lekin, siz bu pulni 3% chegirma bilan faktor firmadan olishingiz mumkin. U esa o'z navbatida sherikdan sizga tegishli bo'lgan to'liq summani oladi. Yoki aksincha siz tovar sotib oldingiz, bank shartnomada ko'rsatilgan

bahoni 97% to'laydi (sizda sotib olish paytida bo'sh kapital yo'q), siz esa bankka 3 oydan so'ng 100% shartnomada belgilangan qiymatni to'laysiz.

Tijoriy transfert mamlakatlararo munosabatlarda qo'llaniladi va bunda sheriklar bir-biridan milliy valutada kelishilgan bahoda va belgilangan miqdorda kapital oldi-sotdi qiladilar. Biroq kapitalni bunday sotib olish uning chegaradan chetga chiqishini bildirmaydi. Kapital tovar sotuvchi mamlakatning bankiga xaridor nomiga ochilgan hisob raqamiga kelib tushadi.

Masalan, Siz kelishilgan shartlar bo'yicha germaniyalik sherigingizdan kapital sotib oldingiz. Shunday qilib, Germaniya bankida muayyan miqdorda sizni hisob raqamda pulingiz bor. O'z navbatida siz muayyan miqdorga O'zbekiston bankida germaniyalik sherigingiz nomiga hisob ochasiz. Endi siz Germaniya bankidagi hisob raqamingizdan foydalanib har qanday Germaniya firmasidan xohlagan tovarni sotib olib bilasiz. Hisob-kitobni xuddi shunday operatsiyalarni sizning germaniyalik sherigingiz O'zbekistonda qila oladi. Germaniyadan tovarni sotib olib siz uni O'zbekistonga sotish uchun olib kelishingiz mumkin. Chizma ko'rinishida tijoriy transfert quyidagicha ko'rinishda bo'ladi: (7.7.1-chizma).



7.7.1-chizma. Tijoriy transfertni amalga oshirilish tartibi.

Chizmaga izoh: 1 – o'zbekistonlik sherik va xorijiy sherikning tijoriy transfert to'g'risida shartnoma tuzishi. Shartnoma odatda maxfiy

xarakterga ega. Bundan tashqari, shartnoma shartlarini bajarishning o'z nou - xau mezoniga kiradi. Sheriklar bitim hajmi to'g'risida (masalan, so'mga 1000 000 dollar hajmda sotish va xarid qilinadi) va oldi- sotdi bahosi bo'yicha kelishiladi (masalan, tomonlar 1 dollar 1800 so'm va 1 dollar 0,82 yevro deb belgilaydilar);

2 – xorijiy sherik o'zining bankida o'zbekistonlik sherigining nomiga hisob raqami ochadi va 1 AQSH dollari = 0,82 yevro nisbatdan kelib chiqqan holda, 820 ming yevroni mazkur hisob raqamiga o'tkazib, uni himoya qilish uchun blokirovka qiladi;

2a – xuddi shu operatsiyani o'zbekistonlik sherik amalga oshiradi, ya'ni o'z bankida germaniyalik sherik nomiga hisob raqami ochadi va unga 180 mln. so'm o'tkazib, u ham hisob raqamini himoya qilish maqsadida uni blokirovka qiladi. Hisob raqamlarini blokirovkalash sheriklarni bir-birini shartlarni o'zaro bajarganligiga amin bo'lish uchun ishlatiladi;

3,3a – sheriklar o'zaro shartnoma bo'yicha shartlarni bajarganligiga ishonch hosil qiladilar (*tekshirish mexanizmi odatda shartnomada ko'rsatiladi*), majburiyatlarni bajargandan so'ng sheriklar hisob raqamlarini qayta ochib qo'yadilar;

4 – o'zbekistonlik sherik Germaniyada o'zini qiziqtirgan tovar sotuvchisini topadi va u bilan yetkazib berish shartnomasini tuzadi.

5 – o'zbekistonlik sherik tovar sotgan sotuvchi foydasiga to'lovni amalga oshiradi, ya'ni pul o'tkazadi. Pul uning nomiga Germaniya bankida ochilgan hisob raqam orqali to'lanadi;

6 – yetkazib berish shartnomasi tuzilgan tovar o'zbekistonlik sherikka yetkaziladi;

7 – o'zbekistonlik sherik olgan tovarni sotadi.

Odatda, tovarning bir qismi xorijiy sherik nomiga ochilgan hisob raqam uchun kreditni bankka to'lash uchun ishlatiladi. Qolgan qismi esa tadbirkorning o'z ixtiyoricha ishlatiladi. Xuddi shunday harakatlarni (4 – banddan boshlab) xorijiy sherik O'zbekiston hududida amalga oshiradi. Boshqacha qilib aytganda, bu operatsiyani muvaffaqiyatli yaxshi tashkil qilsa uni «bo'sh cho'ntak» bilan ham amalga oshirsa bo'ladi, ya'ni hech qanday boshlang'ich kapital talab qilinmaydi (*agar albatta, bankda xorijiy sherik nomiga kredit olish imkoni bo'lsa*). Garov sifatida bu yerda tijoriy transfert shartnomasining o'zi bo'lishi mumkin, ya'ni o'zbekistonlik sherik nomiga xorijiy sherik bankida ochilgan hisob raqamiga o'tkazilgan valuta mablag'lari.

Bu sherikchilik munosabatlari xalqaro banklararo aloqalarda va korrespondentlik hisob raqamlarni ochishda keng qo'llaniladi. Masalan, O'zbekiston banki Germaniya bankida yevroda o'z hisob raqamini ochadi va o'zida shu Germaniya bankiga tegishli hisob raqamini so'mda ochadi. Bunday hisob raqamlar ikkala bankka ham kerak, chunki ular O'zbekistonga tegishli (nemis bank mijozlari) yoki Germaniyaga tegishli (O'zbekiston banki mijozlari) mijozlarga xizmat ko'rsatishi kerak.

Davlatlar o'rtasidagi munosabatlarda ham tijoriy transfert va uning unsurlari qo'llaniladi. Bu ayniqsa, kreditga yoki moliyaviy yordamga asoslangan moliyaviy munosabatlar shakllaridir. Masalan, Buyuk Britaniya Britaniya hamdo'stligi mamlakatlariga moliyaviy yordam berar ekan, ajratilgan mablag'larga faqat Buyuk Britaniya hududida Buyuk Britaniya tovarlarini sotib olish ko'zda tutiladi. Bunday sharoitlarda ajratiladigan mablag'lar mamlakatdan valuta chiqib ketishining oldini oladi va britaniyalik ishlab chiqaruvchilarni bevosita qo'llab - quvvatlaydi.

Har bir tadbirkor har qanday bitim bilan tuzishda hamda har qanday ish operatsiyasini rejalashtirishda sherikni tanlash va bu sherik bilan qanday munosabat shaklini qo'llash zarurati bilan to'qnash keladi (balki aksincha, unga ma'qul shakliga qarab sherik izlaydi). Biron bir muayyan shaklni tanlash, shunday shartlar bilan belgilanadiki, bunda tadbirkor o'z ish operatsiyalarini ro'yobga chiqarishi va mumkin bo'lgan sherikchilik aloqalarni taqqoslama tahlilini amalga oshirish kerak bo'ladi.

Masalan, A davlatda chet el sigaretlarini X sotuvchisi sigaretlarni chet eldan o'z davlatida sotish uchun sotib oladi. U sigaretlarni 1 qutisini A davlatda aytaylik 60 sentga sotadi. Chet elda u sigaretlarni ulgurji savdoda 1 qutisini 25 sentga sotib oladi. Ammo, agar u olgan foydani $\frac{3}{2}$ qismini davlatga soliq sifatida bersa, bu unga foydasiz. Agar u chet elda 1 quti sigaretni 59 sentga sotib olib va A davlatda 60 sentga sotsa, u soliqni kamroq to'lar edi. Lekin, u ishlab chiqaruvchiga 59 sent to'lamaydi, chunki uni 25 sentga sotib olish imkoniyati bor. Lekin siz orqali chet elda tashkil qilingan firmangiz sigaretni 59 sentga chet eldan o'zingizdan olishi mumkin. Bu firma ishlab chiqaruvchidan 1 quti sigaretni 25 sentga sotib olib uni A davlatdagi X sotuvchiga 59 sentga sotgan bo'ladi va o'ziga 44 sent foyda sifatida qoldirib, chet elda A davlat sotuvchisi bunday firmani offshor kompaniya sifatida ochishi

mumkin, ya'ni ishlab chiqaruvchi sifatida faoliyat yuritish huquqsiz imtiyozli soliqqa tortish tizimiga ega bo'lgan kompaniya.

Shunday qilib, A davlatdagi soliq tizimi mukammal bo'lmaganligi uchun tadbirkorlar o'ziga yaxshi samara beradigan bunday sherikchilik aloqalarini ishlatishga majbur bo'ladi, davlat uchun esa bu mumkin bo'lgan qo'shimcha soliq tushumlarni yo'qotishga olib keladi.

Mavzuga oid tayanch iboralar

Sherikchilik aloqalari, bitim, qo'shma korxonalar, dastlabki kelishuv, nizom jamg'armasi, kadastr bahosi, intellektual mulk, bevosita investitsiyalash, ishlab chiqarish kooperatsiyasi, lizing, renting, xayring, ijara, moliyaviy lizing, qaytariluvchi lizing, operativ lizing, to'liq qoplanuvchi lizing, qisman qoplanuvchi lizing, liveridj lizing, sof lizing, to'liq qiymat, qoldiq qiymat, normativ qoldiq qiymat, amortizatsiya, lizingga oluvchi, ma'naviy va jismoniy eskirish, franchayzing, franchayzer, franchayzi, loyihaviy moliyalashtirish, litsenziyalash, litsenziar, litsenziat, shartnomaviy boshqarish, pudrat ishlab chiqarish, barter, qarama-qarshi savdo, offset va forvard bitimi, tijoriy triangulatsiya, nou - xau, spot, reeksport, faktoring, tijoriy transfert.

Mavzuni o'rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. Lizing shartnomasini tuzishda qaysi shartlar asosiy hisoblanadi?
2. Tijoriy transfertning kreditdan farqi nimada?
3. Lizing bilan loyihaviy moliyalashtirishning umumiy va farqli tomonlari nimalardan iborat?
4. Faktoring bitimi va ishlab chiqarish kooperatsiyasining mohiyati nimada?
6. Tijoriy triangulatsiya bilan barterning farqini tushuntiring.
7. Spot va forvard bitimining farqli tomonlarini izohlab bering.
8. O'zingiz yashayotgan hududdan franchayzing tizimida ishlayotgan korxonalariga misol keltiring.
9. Amortizatsiya va qoldiq qiymatni tushuntirib bering.
10. Liveridj lizing nima?
11. Reeksport va reimport operatsiyalarining mohiyati nimada?
12. Normativ qoldiq qiymat, ma'naviy va jismoniy eskirishni tushuntirib bering.

VIII bob. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TASHKILY-HUQUQIY SHAKLLARI

8.1. Korxonaga xo‘jalik yurituvchi subyekt sifatida

Real amaliyotda va kundalik hayotimizda biz kishilarning «..Men «Istiqloq» firmasida ishlayman» yoki «..Men «Coca - cola» ichimligi Urganch Ltd kompaniyasida ishlayman» degan iboralarni ishlatganining guvohi bo‘lamiz. Haqiqatan ham bu firma yoki kompaniya degan nomlar nimani anglatadi va bu axborotlardan biz nimani bilib olishimiz mumkin? degan tabiiy savol tug‘lladi.

Firma – bu umumiy nom bo‘lib istalgan xo‘jalik yurituvchi korxonaga nisbatan ishlatilishi mumkin. Bu nom korxonaning huquqiy shaxs maqomiga ega ekanligini ko‘rsatadi (ya‘ni mustaqil va alohida subyekt). Shunday qilib, firma – bu sanoat, innovatsion, servis, savdo korxonasi yoki huquqiy shaxs maqomiga ega bo‘lgan alohida tadbirkorlik.

Firma firma belgisi va firma nomiga ega bo‘lishi mumkin. Firma nomi 3 xil ko‘rinishda bo‘lishi mumkin: nom bilan bog‘liq («Sarvarbek» firmasi), predmet bilan bog‘liq («Asadbek» marketing firmasi), aralash («Sanjarbek» firmasi, savdo uyi).

Firma nomi, «firma» tushunchasining o‘zi kabi korxonaning tashkiliy huquqiy maqomini ifodalamaydi va aynan siz o‘z korxonangizni tashkil qilganingizda ushbu maqom sizni qiziqtiradi hamda sheriklar bilan muzokara olib borganingizda uning qanday huquq va majburiyatlarga egaligi masalasiga oydinlik kiritib olish lozim.

Xuddi shunday kompaniya – umumiy yo‘nalishdagi nom bo‘lib, u bilan istalgan savdo, sanoat, transport va boshqa faoliyat olib boruvchi qo‘shma faoliyatni amalga oshiruvchi ishbilarmon kishilarning birlashmasi atalishi mumkin. Ushbu ikkita tushuncha o‘rtasidagi farq shundaki, odatda yakka mulkdor o‘z korxonasini firma deb ataydi. Kompaniya esa ikki yoki undan ortiq kompanionlar – sheriklarning bo‘lishini nazarda tutadi. Shuningdek «Kompaniya» nomi korxonaning huquqiy maqomini anglatmaydi, ammo korxonaning nomiga qo‘shilib yuritilishi mumkin.

Bundan tashqari, «korxon» atamasining turli talqinlari uchraydi. Ayrim hollarda ushbu atama jamiyat, kompani, formalarning sinonimi sifatida iqtisodiy jarayon ishtirokchilarining ta'rifi bo'lib xizmat qiladi. O'zbek qonunchiligiga ko'ra, korxon» mustaqil xo'jalik yurituvchi subyekt sifatida ta'riflanadi. Boshqa hollarda korxon» deganda yagona tuzilmaning, avvalo moddiy va mehnat unsurlari kabi alohida bo'limlaridan tashkil topgan ishlab chiqarish – xo'jalik majmuasi tushuniladi. «Korxon» atamasi zavod, fabrika, ombor, savdo tashkiloti va boshqalarning o'rinbosar ta'rifi sifatida ishlatiladi.

Tadbirkorlik faoliyati yakka, xususiy korxonani tashkil etish orqali yoki korxonani o'rtoqlik, shirkat yoki jamiyat shaklida tashkil etish orqali amalga oshirilishi mumkin.

Xususiy korxon» – bu biznesni yuritish, o'z faoliyati natijalari uchun to'liq javobgar va mas'ul bo'lgan bitta kishining mulki bo'lgan korxonadir. Bu shaklda tadbirkorlik huquqiy shaxs maqomi asosida yoki huquqiy shaxs maqomini olmasdan amalga oshirilishi mumkin.

Dunyoning ko'pgina mamlakatlarida korxonani davlat reestriga kiritish, ro'yxatdan o'tkazish, huquqiy shaxs maqomini olish uchun qonunda belgilangan talablarga rioya etish zarur. Bu asosan korxon» nizom jamg'armasining belgilangan eng kam hajmi va qonun bilan cheklanmagan faoliyat bilan shug'ullanish kabilarni o'z ichiga oladi.

Huquqiy shaxs deb – o'z nizomiga, bankda hisob raqamiga ega bo'lgan, huquqiy shaxslar davlat reestriga kiritilgan, rasmiy ro'yxatdan o'tishning barcha jarayonlaridan o'tgan tadbirkorlik korxon»ga aytiladi. Huquqiy shaxs maqomini olmasdan tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun qandaydir bir faoliyat, hunar bilan shug'ullanishga imkon beruvchi maxsus ruxsatnomaga, patentga yoki litsenziyaga ega bo'lish kerak.

Albatta, Respublikamiz o'z davlat mustaqilligini qo'lga kiritgach, xususiy mulk daxsizligi e'tirof etildi, tadbirkorlikka keng yo'l ochildi. Ammo bu degani mutlaq erkinlikni bildirmaydi. Har qanday tadbirkorlik faoliyati amaldagi qonunlar doirasida amalga oshirilishi, faoliyat turi, sohasi va yo'nalishlariga qarab tegishli malaka talablari talab qilinishi mumkin. Masalan, tibbiy dori vositalari ishlab chiqarish yoki ularni sotish uchun mo'ljallangan dorixona ochish, auditorlik faoliyati, moliyaviy faoliyatning boshqa sohalari bilan shug'ullanish va boshqa sohalarda tegishli oliy va o'rta maxsus ma'lumot to'g'risida tadbirkor diplomga yoxud malaka sertifikatiga, litsenziyaga ega bo'lishi talab qilinadi.

O'zbekiston Respublikasi amaldagi qonunlariga ko'ra ro'yxatdan o'tmasdan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish taqiqlanadi. Yollanma mehnatni jalb qilmasdan amalga oshiriluvchi tadbirkorlik yakka tadbirkorlik faoliyati sifatida ro'yxatga olinadi. Yollanma ishchi kuchidan foydalanilgan holda amalga oshiriluvchi tadbirkorlik faoliyati korxonalar sifatida ro'yxatga olinishi kerak.

O'zbekiston Respublikasida *korxonalar* deb jamiyatni ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish va foyda olish maqsadida tovar va xizmatlar ishlab chiqarish uchun amaldagi qonunlar doirasida, belgilangan tartibda tashkil etilgan mustaqil faoliyat yurituvchi subyektlarga aytiladi.

Korxonalar o'z faoliyatini mustaqil olib boradilar, soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lagandan keyingi qolgan foydani erkin tasarruf qilgan holda o'z faoliyatini mustaqil ravishda amalga oshiradilar.

Korxonani tavsiflagan holda uning uchta asosiy belgilarini ajratib ko'rsatish mumkin:

- *mulkiy va nomulkiy mustaqillik;*
- *huquqiy maqomi;*
- *korxonaning nomi va uning tashkiliy - huquqiy shakli.*

Shunday qilib, *korxonalar o'z mulkiga va huquqiy shaxs maqomiga ega bo'lgan mustaqil xo'jalik yurituvchi subyektdir.*

Mijozlar, iste'molchilar yoki sheriklar dastlab korxonalar to'g'risida uning nomiga qarab baho berishadi. Korxonaning nomi, uni tanlash – ixtiyoriy tadbirkor tomonidan faoliyatni amalga oshirishni boshlash jarayonida muhim masala sanaladi.

Korxonaning nomi tanlangandan keyin har yili yangilanmasligi va uzoq vaqtgacha saqlanishi sababli chuqur va puxta o'ylangan holda tanlanishi kerak. U firma obro'sining tashuvchisi bo'lib xizmat qiladi va nomga qarab faoliyat yo'nalishi, korxonalar ixtisosligi hamda mavqeiga baho beriladi. Aynan korxonalar nomiga qarab sheriklar siz bilan muayyan munosabatlarga kirishadilar.

Har bir tadbirkor o'z faoliyatini qaysi tashkiliy - huquqiy shaklda amalga oshirish muammosiga duch keladi. Ushbu masala korxonalar bilan ishbilarmonlik munosabatlariga kirishuvchi barcha sheriklarni qiziqtiradi. Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning tashkiliy - huquqiy shakli nimani anglatadi degan savolga keyingi bo'limda javob berishga harakat qilamiz.

8.2. Korxonaning tashkiliy huquqiy shaklini tanlash to'g'risidagi qabul qilinadigan qarorga ta'sir etuvchi omillar

U yoki bu shakldagi tashkiliy - huquqiy shaklni tanlash to'g'risida qaror qabul qilar ekan, tadbirkor, **birinchidan**, kelgusi tadbirkorlik faoliyati ixtisosligi, sheriklari doirasini amaldagi qonunlar bo'yicha o'ziga qo'yiladigan huquq va majburiyatlarni darajasini aniqlab oladi. Ba'zan tadbirkor bir qancha bir martalik tadbirkorlik loyihalarini amalga oshirishni rejalashtirsa, ba'zan uzoq muddatli aynan bir xil ishlab chiqarish siklini amalga oshirishni ko'zda tutadi. Ayrim hollarda tadbirkor sherikchilik aloqalariga kirishsa, ba'zan ishlab chiqarish jarayonida sheriklar bilan kooperatsiya aloqalarisiz faoliyat ko'rsatishi mumkin (masalan, maslahat firmasini tashkil etish). Shunday holatlar uchraydiki, tadbirkorlik faoliyatini boshqa ishlab chiqaruvchilar bazan uzviy kooperatsiya aloqalarisiz amalga oshirish mumkin bo'lmaydi (masalan, konfet ishlab chiqarish yoki aytaylik kompyuter, avtomobil ishlab chiqarish va hokazo).

Korxonaning huquqiy shakli (huquq va majburiyatlarni) uning nizomida aniq belgilab qo'yiladi. Nizom odatda faqat ta'sischi tomonidan qabul qilinadi. Agar ta'sischi sifatida kishilar guruhi maydonga chiqsa, u holda nizom barcha ta'sischi tomonidan majlisda yoki ta'sischi konferensiyasida ko'rib chiqilib, qabul qilinadi. Bu ta'sis shartnomasida o'z aksini topadi va barcha qatnashchilar tomonidan imzolanadi. Bu hujjatlar korxonani davlat reestriga kiritish va ro'yxatdan o'tkazish uchun zarur bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasida korxonalarni davlat ro'yxatidan o'tkazish asosan mahalliy hokimiyat organlari qoshida tashkil etilgan «*Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatiga olish inspeksiya*»lari tomonidan amalga oshiriladi.

Ikkinchidan, tadbirkor o'zi ta'sis qilmoqchi bo'lgan korxonasining nizom jamg'armasi shakllantirish shakli to'g'risidagi masalani yechadi va bu ham ko'pincha bo'lg'usi tadbirkorlik faoliyatining mohiyati va ixtisosligi, tadbirkorning o'z imkoniyatlari, faoliyati ko'lami, tarmoqda raqobatchilik darajasi kabi boshqa omillarga bog'liq. Masalan, O'zbekiston Respublikasida moliyaviy sohadagi tadbirkorlik turlaridan biri bo'lgan auditorlik faoliyati bilan shug'ullanish uchun «**Auditorlik faoliyati to'g'risida**» gi qonunga ko'ra uch *xil hajmda nizom jamg'armasi va kadrlar shakllanishi* kerak bo'ladi. Xususan, «*Ixtiyoriy auditorlik faoliyati*» bilan shug'ullanish

uchun tadbirkor shu davrda, ya'ni korxonada tashkil etmoqchi bo'lgan sanada O'zbekiston Respublikasida amal qilib turgan *eng kam ish haqining 1500 barobari miqdorida* (2012 yil 1 aprel holatiga *eng kam ish haqi 62920 so'm*) nizom jamg'armasiga ($62920 \text{ so'm} * 1500 = 94 \text{ mln. } 380 \text{ ming so'm}$) va kamida malakali 2 ta auditoriga ega bo'lishi kerak. «Nizom jamg'armasi 500 mln. so'mgacha bo'lgan xo'jalik yurituvchi subyektlarni auditorlik tekshiruvdan o'tkazish huquqini beruvchi auditorlik faoliyati» bilan shug'ullanish uchun nizom jamg'armasi kamida *3000 minimal ish haqini* tashkil etishi ($3000 * 62920 = 188 \text{ mln. } 760 \text{ ming so'm}$) kamida 5 ta malakali auditor shu firmada ishlashi hamda ulardan kamida **bir nafari CAP** (*certification accounting practic*) **malaka sertifikatiga ega bo'lishi**, ya'ni «Xalqaro sertifikatli amaliyotchi buxgalter» degan darajani maxsus imtihon topshirib olgan bo'lishi lozim.

«Barcha xo'jalik yurituvchi subyektlarni auditorlik tekshiruvdan o'tkazish faoliyati» bilan shug'ullanuvchi auditorlik firmasi ochish uchun nizom jamg'armasi *eng kamida 5000 minimal ish haqiga* teng bo'lishi ($5000 * 62920 = 314 \text{ mln. } 600 \text{ ming so'm}$) va jami **6 nafar malakali auditorlar** firmada faoliyat ko'rsatishi, ulardan *kamida 2 nafari CAP sertifikatiga* ega bo'lishi shart.

Bundan tashqari, turizm sohasida xizmat ko'rsatuvchi turistik firma ochish uchun nizom jamg'armasi *eng kam ish haqining 400 barobari miqdorida*, ya'ni 2012-yil 1-may holatiga 25 mln. 168 ming so'mni tashkil etishi lozim.

Uchinchidan, tadbirkor ta'sis etayotgan korxonaning samarali tashkiliy tuzilmasini va boshqaruv tizimini tanlaydi. Istalgan tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirishda tadbirkor ishbilarmonlik korxonasini tashkil etishga ahd qiladi. Ko'pincha bunday korxonalar kichik korxonada shaklida tashkil etiladi.

Jahon amaliyoti ko'rsatishicha kichik korxonalarining o'rtacha «hayot» davomiyligi ikki yildan olti yilgacha cho'ziladi. Boshqa ma'lumotlarga ko'ra, har 100 ta yangi tashkil etilgan kichik korxonadan 15 tasi «tug'ilmadanoq» o'z faoliyatini to'xtatadi, 15 tasi faoliyatining ikkinchi yil yopiladi. Uchinchi yili ularning soni 15 taga va to'rtinchi yili esa – 30 taga qisqaradi. Shunday qilib, beshinchi yilga borib besh yil oldin tashkil etilgan 100 ta korxonadan yetarli katta istiqbolga ega bo'lgan 20 ta korxonada qoladi.

Bu jarayonda g'ayrioddiy yoki qo'rqinchli holat yo'q, balki tabiiy tanlov ketadi. Ayrim korxonalar bankrotlik sababli, ayrimlari

tadbirkorlik g'oyasini noto'g'ri tanlaganligi sababli yopiladi. Boshqa bir korxonalar o'z vazifalarini to'liq ado etganliklari uchun (masalan, biron tovarni yaratish bo'yicha, ilmiy texnologik g'oyani ishlab chiqarish uchun tuzilgan venchur korxonalar) faoliyatini to'xtatsalar, ba'zilarida korxonalar mulkdori o'z qiziqishlariga mos keluvchi boshqa bir samarali ishni tanlaganligi uchun o'z faoliyatini to'xtatadi va h.k.

Jahon va O'zbekiston Respublikasida kuzatilgan amaliyot ko'rsatishicha kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishida quyidagicha tendensiya kuzatiladi: **tashkil etilayotgan korxonalar soni yopilayotganlari sonidan oshib ketadi**. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari soni bo'yicha iqtisodiyotning asosini tashkil etadi. Masalan, 2012-yil 1-yanvar holatiga kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 54,0 foizni, umumiy iqtisodiyotda bandlar sonidagi ulushi 74,8 foizni tashkil etgan bo'lsa, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari soni 450 mingtaga yetdi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining tasnifi dunyo mamlakatlarida turlichaligi bilan farqlanadi. *Masalan*, AQSHda yillik oboroti bo'yicha, Rossiyada *bandlar soni bo'yicha* kichik biznes va xususiy tadbirkorlik mezonlarga ajratiladi. Boshqa bir davlatlarda *asosiy fondlari qiymati* kabi ko'rsatkichlar ham farqlanadi. O'zbekiston Respublikasida *yillik o'rtacha ishlovchilar soni* mezoni bo'yicha kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari tasniflanadi (*1-ilovaga qarang*).

To'rtinchidan, yuqoridagi barcha ko'rsatkichlar bo'yicha tadbirkor tadbirkorlik huquqiga asoslanadi.

Tadbirkorlik huquqi – xo'jalik huquqining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. U tadbirkorlar faoliyat ko'rsatishi va tadbirkorlik rivojlanishining qonuniy asosini tashkil qiladi. Ta'kidlash joizki, har bir mamlakatning tadbirkorlik huquqi faqat ma'lum doiradagi tadbirkorlikning tashkiliy - huquqiy shakllarinigina o'z ichiga oladi. Qonunda ko'zda tutilmagan tashkiliy huquqiy shakllar mumkin emas, ammo faoliyatini to'xtatmasdan turib tashkiliy huquqiy shaklni o'zgartirish mumkin. Korxonalarining tashkiliy huquqiy shakl muammosini qarab chiqar ekanmiz, xususiy tadbirkorlik yakka yoki jamoaviy asosda amalga oshirilishi mumkin.

Yakka tadbirkorlik – o'z nomidan va shaxsiy mas'uliyatni, javobgarlikni zimmasiga olgan holda muayyan iqtisodiy faollikni amalga oshirishni nazarda tutadi. Bu esa bajarilmagan qarz majburiyat-

lari yoki yetkazilgan zarar uchun nafaqat korxonalar mulki, balki o'zining sud qarori asosida musodara qilinishi ham mumkin bo'lgan xususiy mulki bilan ham javobgar bo'ladi. Aynan mana shunda bunday turdagi tadbirkorlikning yuqori tavakkalchiligi namoyon bo'ladi. Shunday bo'lishiga qaramasdan, ko'pgina xususiy korxonalar dunyoda aynan yakka shaxsning mulkiga asoslangan korxonalar turiga mansubdir.

Jamoaviy tadbirkorlik – shaxslar yoki kapitallarni birlashtirish orqali korxonalar nomidan (huquqiy shaxslar, alohida jismoniy shaxslar emas) amalga oshiriluvchi, jamoaviy javobgarlik va ishtirokchilar o'rtasida taqsimlanuvchi jamoaviy daromadni nazarda tutuvchi tadbirkorlik faoliyatining maxsus shaklidir. Jamoaviy tadbirkorlik kooperatsiyaning muayyan shaklini ko'zda tutadi va kooperatsiya deganda esa biz shaxslar yoki kapitalning birlashuvini tushinamiz.

Jamoaviy tadbirkorlik *nizom yoki shartnoma asosida* amalga oshirilishi mumkin. Jamoaviy tadbirkorlikning nizom shakli amaldagi qonunchilikka zid bo'lmagan huquqiy hujjat bo'lgan nizomdagi qoidalar bilan javobgarlikni cheklashni nazarda tutadi. Nizom asosida kapitallarni birlashtirish pul yoki mulkiy ko'rinishdagi (intellektual mulk ham) mablag'larni o'zaro qo'shishni bildiradi. Bunday shakli o'z mablag'larini qo'shish haqida qaror qabul qilgan shaxslarning o'zlarining faoliyatini birlashtirishlarini nazarda tutmaydi.

Nizom asosida tadbirkorlarni o'zaro birlashishlarini nazarda tutuvchi mas'uliyati cheklangan jamiyat, aksiyadorlik jamiyati kabi tadbirkorlik tuzilmalarini mohiyatiga keyingi bo'limlarda to'xtalib o'tamiz.

Odatda, jamoaviy tadbirkorlikning shartnomaviy shakli cheklanmagan javobgarlik bilan bog'liq bo'lib qoidaga ko'ra davlat ro'yxatidan o'tishni, korxonaning huquqiy shaxs maqomiga ega bo'lishini nazarda tutmaydi. Shartnomaviy asosda kapitallarni birlashtirish to'liq o'rtoqlik (shirkat)ni ta'sis qilganda amalga oshiriladi va uning qatnashchilari to'liq o'rtoqlikning barcha majburiyatlari bo'yicha o'zlarining barcha mulki bo'yicha cheklanmagan javobgarlikka ega bo'ladi. Ishonch asosidagi – kommandit shirkatlarni ta'sis qilganda ham kapitallar shunday tartibda birlashtiriladi.

8.3. Tadbirkorning maqomi

Huquqlar hajmi, majburiyatlar chegaralari va javobgarlik darajasi kabi tushunchalar nafaqat ish boshlayotgan, balki uzoq vaqt davomida

faoliyat yuritayotgan tadbirkorlarni qiziqtirishi tabiiy. Yuqoridagilarning barchasi «tadbirkor maqomi» tushunchasida mujassamlashgan.

Tadbirkorlik maqomi unga tadbirkorlik jarayoni subyektini sifatida davlat ro'yxatidan o'tish paytida beriladi. Davlat ro'yxatidan o'tkazish nima uchun kerak? degan tabiiy savol tug'iladi.

Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning asosiy sharti hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazishning asosiy ikkita turi (yo'nalishi) – *xabardor qilish va ruxsat berish tartiblari* mavjud. Banklar, kredit tashkilotlari va ommaviy axborot vositalarini davlat ro'yxatidan o'tkazishning maxsus tartib-qoidalari mavjud.

Amaldagi qonun hujjatlariga muvofiq tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazishning ruxsat berish tartibi deb hisoblash uchun tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan o'tkazish bilan bir paytda ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirgan holda, davlat ro'yxatidan o'tkaziladi. Ruxsat berish tartibida tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan o'tkazishda ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish, reestr yuritish, soliq va statistika organlarida hisobga qo'yish bilan birga arizachiga tadbirkorlik faoliyati subyektini sifatida ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risida guvohnoma hamda barcha ruxsat berish hujjatlari beriladi. Mazkur tartib O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003-yil 20-avgustdagi 357-sonli qarori bilan tasdiqlangan «*Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi to'g'risidagi*» Nizom bilan o'rnatilgan¹ Mazkur Nizomning davlat ro'yxatidan o'tkazish va hisobga qo'yishga oid qismi davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risidagi ariza bilan bir vaqtda tuman (shahar) hokimining yer uchastkasiga bo'lgan huquqni ro'yxatdan o'tkazish va obyekt qurilishiga ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish uchun yangi qurilishga yer uchastkasi ajratish to'g'risidagi qarori nusxasini taqdim etgan, davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risidagi ariza bilan bir vaqtda tuman (shahar) hokimining gaz va elektr tarmoqlariga ulanish uchun texnik shartlar olish uchun yangi qurilishga yer uchastkasi ajratish to'g'risidagi qarori nusxasini taqdim etgan, davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risidagi arizada faoliyatning asosiy turi sifatida faoliyatning litsenziyalanadigan turini ko'rsatgan tadbirkorlik subyektlariga tatbiq etiladi.

¹ O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisning axborotnomasi, 1996-y., 2-son, 11–12-son ilovasi.

Hukumatning mazkur qarorida nazarda tutilgan tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartib-qoidalarida «bir yo'la» prinsipi o'z ifodasini topgan bo'lib, unga ko'ra arizachi (tadbirkor) bir urinishning o'zida davlat organlari bilan bo'ladigan o'zaro harakatlarni amalga oshirishi mumkin, ya'ni tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish maqsadida muhandislik kommunikatsiyalari (gaz bilan ta'minlash, energiya bilan ta'minlash, suv bilan ta'minlash, kanalizatsiya, issiqlik bilan ta'minlash, telefon aloqasi tarmoqlari)ga ulanish, turar joylarni noturar-joy toifasiga o'tkazishi, obyektlarni qurish va rekonstruksiya qilishga texnik shartlarni belgilangan tartibda rasmiylashtirishi mumkin.

Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazishning xabardor qilish tartibi tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish uchun ma'muriy sarf-xarajatlarni kamaytirish, tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olish va hisobga qo'yishdagi byurokratik to'siqlar va g'ovlarni bartaraf etish yo'li bilan yanada qulay shart-sharoitlarni yaratish va mavjud muammolarni bartaraf etish maqsadida, 2006-yilda O'zbekistonda tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tizimi tubdan isloh qilindi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006-yil 24-maydagi PQ-357-sonli «*Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olish va hisobga qo'yishning xabardor qilish tartibini joriy etish to'g'risida*»gi qarori bilan 2006-yilning 1-sentabridan boshlab tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olishning xabardor qilish tartibi o'ratildi, yer maydonlari ajratib berish, gaz va elektr tarmoqlariga ulash to'g'risida, shuningdek, litsenziyalanadigan faoliyat turlari bo'yicha qaror talab etiladigan tadbirkorlarni ro'yxatga olish bundan mustasno (*ushbu tadbirkorlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish ruxsat berish tartibi asosida amalga oshiriladi*).

Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazishning xabardor qilish tartibining joriy etilishi ro'yxatdan o'tkazish amaliyotini sezilarli darajada yaxshiladi. Asosiy ijobiy natijalar sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- tadbirkorlik subyektni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun taqdim qilinadigan hujjatlar ro'yxati qisqartirildi;
- ilgari davlat statistika organlari (*statistik kodlar berish*) va ichki ishlar organlari (*muhr va shtamp tayyorlashga ruxsat berish*) tomonidan amalga oshirilgan ayrim funksiyalar ro'yxatdan o'tkazuvchi organga o'tkazildi. Tadbirkorlar endi o'zlari STIR olishlari, muhr va shtamp tayyorlashga ruxsat olishlari shart emas;

- tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan o'tkazishni rad etish asoslarining aniq ro'yxati belgilandi.

Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi huquqiy shaxs bo'lmagan yakka tartibdagi tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi shaxslar uchun ro'yxatdan o'tkazish va hisobga qo'yishning ruxsat berish va xabardor qilish tartibidan farq qiluvchi alohida tartibi nazarda tutilgan. 2004-yil 1-sentabrdan boshlab tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi jismoniy shaxslar («chetdan tovar olib keluvchilar»)ni huquqiy shaxs bo'lmasdan yakka tartibdagi tadbirkorlar sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazish jismoniy shaxsning yashash joyidagi tumanlar (shaharlar) Davlat soliq inspeksiyalarida (hozir bo'lish tartibida) amalga oshiriladigan tartib belgilandi¹ Huquqiy shaxs bo'lmasdan, import tovarlarni olib keluvchi yakka tartibdagi tadbirkorlar o'z faoliyatini amalga oshirish uchun:

- O'zR Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligida va bojxona organlarida tashqi iqtisodiy aloqalar qatnashchilari sifatida ro'yxatdan o'tishlari;

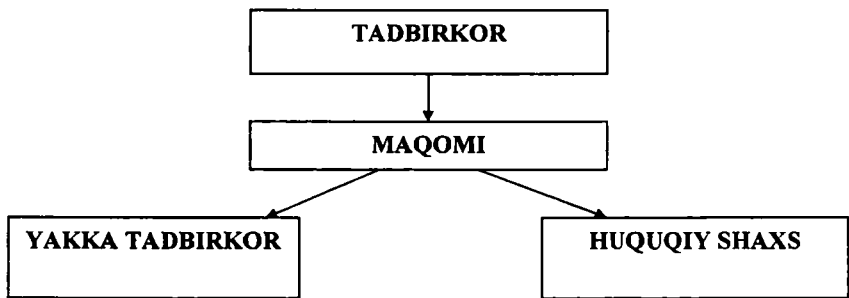
- tijorat bankida hisob raqamlari ochishi;
- eksport-import operatsiyalarini va chakana savdoni amalga oshirish huquqiga ruxsatnomani belgilangan tartibda rasmiylashtirishi;
- davlat ro'yxatidan o'tkazilgan joydagi soliq organlaridan import operatsiyalar subyektining hisobga olish kartasini olishi shart.

Ta'kidlash lozimki, banklar, kredit uyushmalari va OAV faoliyatining o'ziga xosligi munosabati bilan O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida ular uchun boshqa tadbirkorlik subyektlaridan farqli o'laroq davlat ro'yxatidan o'tkazishning maxsus tartiblari ko'zda tutilgan.

Tadbirkor huquqiy maqomining ikkita asosiy shakli mavjud: yakka tadbirkor va huquqiy shaxs (8.3.1- chizma).

Tadbirkorning maqomi huquq va majburiyatlar hajmini ifodalovchi ko'rsatkich bo'lib, ushbu maqom doirasida u muayyan xatti harakatlarni bajaradi. Huquqiy shaxs maqomini olar ekan tadbirkor endi barcha xatti-harakatlarni o'z nomidan emas, balki huquqiy shaxs nomidan amalga oshiradi.

¹ O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2004-yil 12-avgustdagi 387-sonli «Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi jismoniy shaxslarni ro'yxatdan o'tkazishni tartibga solish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qarori.



8.3.1-chizma. Tadbirkorlik maqomi.

8.4. Yakka tadbirkorlik

Yakka tartibdagi tadbirkorlik – *huquqiy shaxs tashkil etmagan holda jismoniy shaxs (yakka tartibdagi tadbirkor) tomonidan tadbirkorlik faoliyatining amalga oshirilishi. Jismoniy shaxslar* deganda O‘zbekiston Respublikasining fuqarolari, boshqa davlatlarning fuqarolari, shuningdek, fuqaroligi bo‘lmagan shaxslar tushuniladi. Jismoniy shaxslar yakka tartibdagi tadbirkor sifatida davlat ro‘yxatidan o‘tkazilgan paytdan boshlab tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanishga haqli¹.

«Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida» gi O‘zbekiston Respublikasi Qonunining 6-moddasiga muvofiq, *yakka tartibdagi tadbirkorlik* – yuridik shaxs tashkil etmagan holda jismoniy shaxs (*yakka tartibdagi tadbirkor*) tomonidan tadbirkorlik faoliyatining amalga oshirilishidir.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik yakka tartibdagi tadbirkor tomonidan xodimlarni yollash huquqsiz, mulk huquqi asosida o‘ziga tegishli bo‘lgan mol-mulk negizida, shuningdek, mol-mulkka egalik qilish va (yoki) undan foydalanishga yo‘l qo‘yadigan o‘zga ashyoviy huquq tufayli o‘ziga tegishli bo‘lgan mol-mulk negizida mustaqil ravishda amalga oshiriladi.

Yakka tartibdagi tadbirkorlikni amalga oshirish uchun er-xotindan biri er-xotinning umumiy birgalikdagi mol-mulkidan foydalanadigan hollarda, agar qonunlarda, nikoh shartnomasida yoki er-xotin o‘rtasidagi o‘zga kelishuvda boshqacha qoida nazarda tutilgan bo‘lmasa, urning (xotinning) roziligi talab qilinadi.

¹ O‘zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksi.

Tovarlarni import qilish va ularni sotish bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslar faoliyatini yanada tartibga solish, savdoning uyushgan, madaniyatli shakllarini rivojlantirish maqsadida tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi jismoniy shaxslar (*«chetdan tovar olib keluvchilar»*) ni huquqiy shaxs bo'lmagan yakka tartibdagi tadbirkorlar sifatida davlat ro'yxatidan o'tishlari shart. Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi jismoniy shaxslar (*«chetdan tovar olib keluvchilar»*) ni huquqiy shaxs bo'lmagan yakka tartibdagi tadbirkorlar sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazish jismoniy shaxsning yashash joyidagi tumanlar (shaharlar) Davlat soliq inspeksiyalarida (hozir bo'lish tartibida) amalga oshiriladi.

«Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Qonunining 7-moddasiga muvofiq jismoniy shaxslar yuridik shaxs tashkil etmagan holdagi birgalikdagi tadbirkorlik faoliyatini quyidagi shakllarda amalga oshirishlari mumkin:

- er-xotinning umumiy mol-mulki negizida ular tomonidan amalga oshiriladigan oilaviy tadbirkorlik;
- oddiy shirkat;
- yuridik shaxs tashkil etmagan holda dehqon xo'jaligi shakllarida amalga oshirishlari mumkin.

Er-xotinga umumiy birgalikdagi mulk huquqida tegishli bo'lgan mol-mulk negizida oilaviy tadbirkorlik amalga oshirilayotganida, ish muomalalarida er-xotin nomidan erning yoki xotinning roziligi bilan ulardan biri ishtirok etadi, bu rozilik yakka tartibdagi tadbirkor ro'yxatdan o'tkazilayotganda tasdiqlanishi lozim.

Tadbirkorlik faoliyati obykti sifatida uy-joydan foydalanish bilan bog'liq oilaviy tadbirkorlik amalga oshirilayotganida, uy-joy mulkdorlaridan birining ish muomalalariga kirishishi oilaning voyaga yetgan boshqa a'zolarining notarial tasdiqlangan roziligi bo'lgan taqdirda amalga oshiriladi.

Oddiy shirkat shartnomasi (*birgalikdagi faoliyat to'g'risidagi shartnoma*) bo'yicha sheriklar (*ishtirokchilar*) deb ataluvchi ikki yoki undan ortiq shaxs foyda olish yoki qonunga zid bo'lmagan boshqa maqsadga erishish uchun o'z hissalarini qo'shish va huquqiy shaxs tuzmasdan birgalikda ish qilish majburiyatini oladilar.

Jismoniy shaxslar faqat yakka tartibdagi tadbirkorlar tariqasida davlat ro'yxatidan o'tganlaridan keyin ular birgalikdagi tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun tuziladigan oddiy shirkat shartnomasi taraflari bo'lishlari mumkin.

Shuni ta'kidlash joizki, huquqiy shaxs maqomini olmasdan xususiy tadbirkorlik faoliyati amalga oshirilishini tartibga solish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2011-yil 7-yanvardagi 6-sonli Qarori bilan «Xususiy tadbirkorlar huquqiy shaxs tashkil etmasdan shug'ullanishi mumkin bo'lgan faoliyat turlari ro'yxati» tasdiqlandi. Ushbu qarorga muvofiq, jismoniy shaxslar 2011-yil 1-apreldan boshlab ushbu ro'yxatga kiritilmagan faoliyat turlarini amalga oshirishi mumkin emasligi belgilab qo'yildi (*ro'yxat 4-ilovada keltiriladi*).

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishda **dehqon xo'jaligi** alohida o'rin egallaydi. «Dehqon xo'jaligi to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasining Qonuniga muvofiq, dehqon xo'jaligi oilaviy mayda tovar xo'jaligi bo'lib, oila a'zolarining shaxsiy mehnati asosida, meros qilib qoldiriladigan umrbod egalik qilish uchun oila boshlig'iga berilgan tomorqa yer uchastkasida qishloq xo'jaligi mahsuloti yetishtiradi va sotadi.

Dehqon xo'jaligidagi faoliyat tadbirkorlik faoliyati jumlasiga kiradi hamda dehqon xo'jaligi a'zolarining istagiga ko'ra huquqiy shaxs tashkil etgan holda va huquqiy shaxs tashkil etmasdan amalga oshirilishi mumkin.

O'zR Yer kodeksining 55-moddasiga asosan oilali va qishloq joylarda kamida uch yil mobaynida yashab turgan fuqarolarga dehqon xo'jaligi yuritish uchun meros qilib qoldiriladigan umrbod egalik qilishga tomorqa yer uchastkasi sug'oriladigan yerlarda 0,35 gektargacha va sug'orilmaydigan (lalmikor) yerlarda 0,5 gektargacha o'lchamda, cho'l va sahro mintaqasida esa sug'orilmaydigan yaylovlardan 1 gektargacha o'lchamda beriladi. Qishloq joylarda kamida uch yil yashab turganlik to'g'risidagi talab yangi sug'oriladigan yer massivlari uchun qo'llanilmaydi. Bunda *dehqon xo'jaligi* yuritish uchun beriladigan yer uchastkasining o'lchami yakka tartibda uy-joy qurish uchun meros qilib qoldiriladigan umrbod egalik qilishga ilgari berilgan yoki beriladigan yer uchastkasini hisobga olgan holda aniqlanadi.

Dehqon xo'jaligi o'z faoliyatida *yollanma mehnatdan doimiy asosda foydalanishi mumkin emas*. Dehqon xo'jaligi a'zolari jumlasiga *birgalikda yashayotgan va dehqon xo'jaligini birgalikda yuritayotgan oila boshlig'i, uning xotini (eri), bolalari, shu jumladan farzandlikka olingan bolalari, tarbiyaga olgan bolalari, ota-onalari, mehnatga qobiliyatli yoshga yetgan boshqa qarindoshlari kiradi*.

Dehqon xo‘jaligi ixtiyoriylik asosida tuziladi hamda fuqaroga belgilangan tartibda yer uchastkasi berilganidan va dehqon xo‘jaligi davlat ro‘yxatiga olinganidan keyin tashkil etilgan hisoblanadi.

Ta’kidlash lozimki, ayrim shaxslar yakka tadbirkorlik bilan amaldagi qonunlarga xilof ravishda nolegal, ya’ni yashirin holda shug‘ullanadilar. Yakka tadbirkorlikning bunday yashirin shakllariga quyidagilarni misol keltirish mumkin:

- ataylab, ongli ravishda davlat ro‘yxatidan o‘tmasdan, «yashirin» ishlab chiqarishni tashkil etish bilan shug‘ullanuvchi *partizan tadbirkorlar* buning sabablari – belgilangan soliqlarni to‘lamslik ishlab chiqariladigan mahsulotning standartlarga yoki tovarlar sifatiga qo‘yiladigan minimal talablarga mos kelmasligi birovning savdo markasidan foydalangan holda mahsulot ishlab chiqarish. Tabiiyki, bunday faoliyat yuritilayotgani aniqlanganda jinoyiy javobgarlikkacha qonunchiligimizda jazolar belgilangan;

- o‘zi uchun foydali bo‘lgan asosan vositachilik yo‘nalishidagi bitimlarni amalga oshirish bilan bog‘liq *ko‘cha tadbirkorligini* tashkil etish (*savdo, odatda chakana savdo, chayqovchilik, avtomobillarni yuvish, oynalarni artish va h.k. xizmatlarni ko‘rsatish*);

- *talab qilingan hollarda xizmatlar ko‘rsatish* (xonadonlarni a’mirash, televizor, sovitgich, muzlatgich, kompyuter va boshqa axborot kommunikatsiya texnologiyalarini tuzatish xizmatlari);

- *shartnomaviy tadbirkorlik* bo‘lib, unda ijrochi («broker», «diler») qandaydir xizmat turlarini bajarish (qandaydir tovari bor sotuvchini yoki xaridorni topish, masalan, ipoteka bilan shug‘ullanuvchi talloilar).

Demak, yuqorida ta’kidlanganidek legal yakka tadbirkorlik faoliyati rasmiy ravishda davlat ro‘yxatidan o‘tgan holda ruxsat berilgan faoliyat turi bilan shug‘ullanishni nazarda tutadi.

8.5. Huquqiy shaxs to‘g‘risida tushuncha

O‘z mulkida, xo‘jalik yuritishida yoki operativ boshqaruvida alohida mol-mulkka ega bo‘lgan hamda o‘z majburiyatlari yuzasidan ushbu mol-mulk bilan javob beradigan, o‘z nomidan mulkiy yoki shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo‘la oladigan va ularni amalga oshira oladigan, majburiyatlarni bajara oladigan, sudda da’vogar va javobgar bo‘la oladigan tashkilot huquqiy shaxs hisoblanadi. Huquqiy shaxs

davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab tashkil etilgan hisoblanadi.

Oldingi mavzularda ta'kidlanganidek, *tadbirkorlik subyektlari* – bu belgilangan tartibda davlat ro'yxatidan o'tgan hamda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirayotgan huquqiy va jismoniy shaxslardir.

Shu munosabat bilan, mazkur bo'limda tadbirkorlik faoliyati subyekt sifatida huquqiy shaxs tushunchasiga alohida to'xtalishni lozim deb topdik.

Zamonaviy jamiyat hayotini kishilarning muayyan guruhlarga, turli xil uyushmalarga, u yoki bu maqsadlarga erishish uchun o'zlarining sa'y-harakatlari va mablag'larini birlashtirmasdan turib tasavvur qilib bo'lmaydi. Kishilarning fuqarolik munosabatidagi bu kabi jamoaviy ishtirok etishining eng asosiy huquqiy shakli aynan huquqiy shaxs tuzilmasi hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksining 39-moddasiga asosan o'z mulkida, xo'jalik yuritishida yoki operativ boshqaruvida alohida mol-mulkka ega bo'lgan hamda o'z majburiyatlari yuzasidan ushbu mol-mulk bilan javob beradigan, o'z nomidan mulkiy yoki shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo'la oladigan va ularni amalga oshira oladigan, majburiyatlarni bajara oladigan, sudda da'vogar va javobgar bo'la oladigan tashkilot huquqiy shaxs hisoblanadi. Huquqiy shaxs davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab tashkil etilgan hisoblanadi. Huquqiy shaxslar mustaqil balans yoki smetaga ega bo'lishlari kerak.

Huquqiy shaxslarning umumiy belgilari quyidagilardan iborat:

1. Huquqiy shaxsning tashkiliy birligi uning yakkaboshchilik asosidagi yoki kollegial boshqaruv organlarining muayyan ierarxiyasi, ularning o'zaro tobeligi, shuningdek, uning ishtirokchilari o'rtasidagi munosabatlarning tartibga solinishida namoyon bo'ladi. Shu orqali ko'plab ishtirokchilarning xohishlarini huquqiy shaxsning yaxlit irodasiga aylantirish, shuningdek, ushbu xohishlarni amalga oshirish imkoniyati paydo bo'ladi. Tashkilotga birlashgan shaxslar fuqarolik munosabatida bitta shaxs, huquqning bitta subyekt sifatida maydonga chiqadi.

2. Agar tashkiliy birlik ko'pchilik shaxslarni yagona jamoaviy tuzilmaga tashkilot atrofida birlashtirish uchun zarur bo'lsa, *mulkiy mustaqillik* bunday tashkilot faoliyatining moddiy bazasini yaratadi. Har qanday amaliy harakatni muayyan vositalar: texnika, bilim va nihoyat pul mablag'larisiz amalga oshirish mumkin emas. Mazkur vositalarni

tashkilotga tegishli bo'lgan yagona mulkiy majmuaga birlashtirish va uni boshqa shaxslarga tegishli bo'lgan mulkdan alohidalashtirish huquqiy shaxsning mulkiy mustaqilligini belgilaydi.

3. *Mustaqil fuqarolik-huquqiy javobgarlik* prinsipi Fuqarolik kodeksining 48-moddasida o'z ifodasini topgan. Unga ko'ra, huquqiy shaxs muassisi (ishtirokchisi) yoki uning mol-mulkinging egasi huquqiy shaxsning majburiyatlari bo'yicha javob bermaydi, huquqiy shaxs esa muassis (ishtirokchi) yoki mulkdoming majburiyatlari bo'yicha javob bermaydi. Har bir huquqiy shaxs o'z majburiyatlari bo'yicha mustaqil fuqarolik-huquqiy javobgarlikka ega bo'ladi.

4. *Huquqiy shaxsning o'z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo'lishi, majburiyatlarga ega bo'lishi, sudda da'vogar va javobgar sifatida ishtirok etishi* o'z mohiyatiga ko'ra huquqiy shaxsning yakuniy, qaysidir ma'noda esa tashkil qilinishidan ko'zlangan maqsadning belgilari hisoblanadi.

Huquqiy shaxsning mustaqil balans va smetaga ega bo'lish majburiyati ham huquqiy shaxsning belgilariga kiradi, chunki bu hujjatlarning mavjudligi huquqiy shaxsning real mulkiy mustaqilligini ta'minlaydi.

Huquqiy shaxs o'ziga tobe bo'lgan tarkibiy tuzilmalarni tashkil etishi mumkin:

- vakolatxonalar;
- filiallar;
- bo'limlar.

Barcha vakolatxonalar, filiallar va bo'linmalar ro'yxati huquqiy shaxsning nizomiga kiritiladi.

Vakolatxona – bu huquqiy shaxsning joylashgan joyidan boshqa hududda joylashadigan va muayyan mintaqada huquqiy shaxs vazifalarini amalga oshiradigan huquqiy shaxsning alohida tarkibiy bo'linmasi. Vakolatxona odatda mijozlar yoki sheriklar bilan huquqiy shaxsning o'zaro munosabatlari sharoitlarini yaxshilash uchun ochiladi. Vakolatxona huquqiy shaxsning manfaatlarini himoya qiladi, muayyan belgilangan mulkga egalik qiladi, biroq huquqiy shaxs maqomiga ega bo'lmaydi.

Filiallar – huquqiy shaxs o'mashgan joydan boshqa hududda joylashgan va uning barcha vazifalarini to'liq yoki qisman, vakolatxonaning vazifalari bilan birga qo'shib amalga oshiradigan huquqiy shaxsning alohida tarkibiy bo'linmasiga filial deyiladi. Demak, filial vakolatxonaga qaraganda nisbatan ko'proq huquqlarga ega. Garchi

filial alohida mulkka egalik qilsa ham, huquqiy shaxs maqomiga ega emas. Filial huquqiy shaxs tomonidan tasdiqlangan filial to'g'risidagi Nizom asosida faoliyat yuritadi. Filial o'z balansiga ega bo'lishi mumkin, ammo uni tashqariga, ya'ni boshqa tashkilotlarga taqdim etishi mumkin emas.

Bo'limlar huquqiy shaxs joylashgan aholi yashash punktida joylashgan huquqiy shaxsning alohida tarkibiy bo'linmasini o'zida ifodalaydi. Bo'lim huquqiy shaxs maqomiga ega bo'maydi, biroq huquqiy shaxsning vazifalarini to'la yoki qisman amalga oshirishi mumkin.

Huquqiy shaxsni nizomdagi ko'rsatilgan faoliyatini amalga oshirish jarayonida qayta tashkil etilishi mumkin. Jumladan, **huquqiy shaxsni qayta tashkil etish shakllari** quyidagicha bo'ladi:

- huquqiy shaxsni qayta tashkil etish;
- boshqa huquqiy shaxslar bilan qo'shilish;
- boshqa huquqiy shaxsга o'zgartirish;
- boshqa huquqiy shaxsга birliktirish yoki boshqa huquqiy shaxsning qo'shilishi;
- xususiy mulk asosida boshqa huquqiy shaxsning ajralib chiqishi;
- bir necha huquqiy shaxsга bo'linishi.

Huquqiy shaxsning tugatilishi asosan uning to'lovga layoqatsizligi bilan bog'liq.

8.6. Huquqiy shaxslar: tijorat va notijorat tashkilotlari

Faoliyatining asosiy maqsadlaridan kelib chiqib, **huquqiy shaxslar tijorat va notijorat tashkilotlariga** bo'linadi. Tijorat tashkiloti foyda olishni o'z faoliyatining asosiy maqsadi qilib olgan bo'lsa, notijorat tashkiloti foyda olishdan boshqa har qanday maqsadni o'z oldiga qo'yadi.

Notijorat tashkiloti huquqiy shaxs, jamoat birlashmasi, ijtimoiy fond va mulkdor tomonidan moliyaviy ta'minlab turiladigan muassasa shaklida, shuningdek, qonunlarda nazarda tutilgan boshqacha shaklda tashkil etilishi mumkin.

Fuqarolik kodeksining 44-moddasiga muvofiq, huquqiy 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 huquqiy shaxslarning yagona davlat reestriga kiritiladi.

Huquqiy shaxs davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab tashkil etilgan hisoblanadi. Ro'yxatga olish davlat ro'yxatidan o'tkazilganlik to'g'risidagi guvoynoma bilan tasdiqlanadi.

Huquqiy shaxs o'zining tashkiliy-huquqiy shaklini bildiradigan nomiga ega bo'ladi. Huquqiy shaxsning joylashgan yeri, agar qonunga muvofiq huquqiy shaxsning ta'sis hujjatlarida boshqacha tartib belgilangan bo'lmasa, u davlat ro'yxatidan o'tkazilgan joy bilan belgilanadi. Huquqiy shaxs o'zi bilan bo'ladigan aloqa amalga oshiriladigan pochta manziliga ega bo'lishi lozim hamda o'zining pochta manzili o'zgarganligi to'g'risida vakolatli davlat organlarini xabardor etishi shart.

Huquqiy shaxsning nomi va joylashgan yeri (pochta manzili) uning ta'sis hujjatlarida ko'rsatiladi.

Tijorat tashkiloti bo'lgan huquqiy shaxs o'z firma nomiga ega bo'lishi lozim. Huquqiy shaxs o'z firmasining nomidan mutlaq foydalanish huquqiga egadir.

Huquqiy shaxs o'z majburiyatlari bo'yicha o'ziga qarashli butun mol-mulk bilan javob beradi.

Tijorat tashkiloti bo'lgan huquqiy shaxs *xo'jalik shirkati va jamiyati, ishlab chiqarish kooperativi, unitar korxonona va qonunlarda nazarda tutilgan boshqacha shaklda (xususiy korxonona, jamoa korxonalarini)* tuzilishi mumkin.

Ulushlarga (qo'shilgan hissalariga) yoki muassislarning (ishtirokchilarning) aksiyalariga bo'lingan nizom jamg'armasi (ustav kapitali)ga ega bo'lgan tijorat tashkilotlari **xo'jalik shirkatlari va jamiyatlari** hisoblanadi. Muassislar (ishtirokchilar) qo'shgan hissalar yoki ular sotib olgan aksiyalar hisobiga vujudga keltirilgan, shuningdek, xo'jalik shirkati yoki jamiyati o'z faoliyati jarayonida ishlab chiqargan va sotib olgan mol-mulk mulk huquqi asosida unga tegishlidir.

Xo'jalik shirkatlari – bu shaxslar va ulardan har birining bevosita harakatlari (to javobgarlikkacha) foyda olish maqsadida birlashish bo'lsa, xo'jalik jamiyatlari esa faqat ularning ishtirokchilari kapitallarining birlashuvi bo'lib, ulardan har birining jamiyat faoliyatida bevosita ishtirokisiz amalga oshadi.

Xo'jalik jamiyatlari ishtirokchilarning tadbirkorlik tavakkalchiligini cheklashga imkon beradi, ularning jozibadorligi ko'p

jihatdan aynan shu bilan izohlanadi. Shuning uchun, huquqiy shaxsning alohida shakli bo'lgan xo'jalik jamiyatlarini ko'rib o'tamiz.

Xo'jalik jamiyatlari *mas'uliyati cheklangan yoki qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat, aksiyadorlik jamiyati* shaklida tuzilishi mumkin.

Mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar: Hozirgi kunda mas'uliyati cheklangan jamiyat (bundan buyon matnda MCHJ) O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatini olib borayotgan huquqiy shaxslarning eng keng tarqalgan va zamonaviy tashkiliy-huquqiy shakli bo'lib hisoblanadi.

Fuqarolik kodeksi (62-modda) hamda «Mas'uliyati cheklangan hamda qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Qonuni (3-modda)ga muvofiq, bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta'sis etilgan, ustav fondi (ustav kapitali) ta'sis hujjatlari bilan belgilangan miqdorlarda ulushlarga bo'lingan xo'jalik jamiyati mas'uliyati cheklangan jamiyat deb hisoblanadi. Mas'uliyati cheklangan jamiyatning ishtirokchilari uning majburiyatlari bo'yicha javobgar bo'lmaydilar va jamiyat faoliyati bilan bog'liq zararlar uchun o'zlari qo'shgan hissalar qiymati doirasida javobgar bo'ladilar.

Mas'uliyati cheklangan jamiyatning o'z hissasini to'la qo'shmagan ishtirokchilari jamiyat majburiyatlari bo'yicha har bir ishtirokchi hissasining to'lanmagan qismining qiymati doirasida javobgar solidar bo'ladilar.

O'z navbatida bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta'sis etilgan, ustav fondi (ustav kapitali) ta'sis hujjatlari bilan belgilangan miqdorlardagi ulushlarga bo'lingan xo'jalik jamiyati qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat (QMJ) deb hisoblanadi. Bunday jamiyatning ishtirokchilari jamiyat majburiyatlari bo'yicha o'ziga tegishli mol-mulkilari bilan hamma uchun bir xil bo'lgan va qo'shgan hissalar qiymatiga nisbatan, jamiyatning ta'sis hujjatlarida belgilanadigan karrali miqdorda solidar tarzda subsidiar javobgar bo'ladilar. Qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat ishtirokchilari javobgarligining eng yuqori miqdori qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatning ustavida nazarda tutiladi.

Mas'uliyati cheklangan yoki qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat qonun hujjatlarida belgilangan tartibda boshqa huquqiy shaxslarning muassisi bo'lishga yoki ularning ustav fondida (ustav kapitalida) boshqacha tarzda ishtirok etishga, vakolatxonalar va filiallar tuzishga haqlidir.

Jamiyat, agar uning ta'sis hujjatlarida boshqacha qoida belgilangan bo'lmasa, nomuayyan muddatga tuziladi.

Jamiyat to'liq firma nomi davlat tilida ifodalangan va jamiyatning joylashgan manzili ko'rsatilgan dumaloq muhrga ega bo'lishi kerak. Jamiyatning muhrida uning firma nomi jamiyatning ixtiyoriga binoan boshqa tillarda ham ifodalanishi mumkin.

Jamiyat qonun hujjatlarida taqiqlanmagan har qanday faoliyat turlarini amalga oshirishi mumkin.

Jamiyat o'z majburiyatlari yuzasidan o'ziga qarashli barcha mol-mulk bilan javobgar bo'ladi.

Jamiyat o'z ishtirokchilarining majburiyatlari yuzasidan javob bermaydi.

Jamiyatning bankrotligi ishtirokchi sifatidagi shaxsning aybi tufayli vujudga kelgan bo'lsa, jamiyatning mol-mulki yetarli bo'lmagan taqdirda bunday shaxs zimmasiga uning majburiyatlari bo'yicha subsidiar javobgarlik yuklatilishi mumkin.

Jamiyat ishtirokchilarining soni ellik kishidan oshmasligi lozim.

Agar jamiyat ishtirokchilarining soni ellik kishidan oshib ketsa, jamiyat bir yil ichida ochiq aksiyadorlik jamiyati yoki ishlab chiqarish kooperativi etib qayta tuzilishi kerak. Agar ko'rsatilgan muddat davomida jamiyat qayta tuzilmasa va jamiyat ishtirokchilarining soni belgilangan me'yorga qadar kamaymasa, u huquqiy shaxslarni davlat ro'yxatidan o'tkazuvchi organning talabiga binoan sud tartibida tugatilishi kerak.

Davlat va uning organlari jamiyatning majburiyatlari yuzasidan javobgar bo'lmaydi, xuddi shuningdek, jamiyat ham davlat va uning organlari majburiyatlari yuzasidan javobgar bo'lmaydi.

Mas'uliyati cheklangan jamiyatning to'liq firma nomi jamiyatning to'liq nomini va «mas'uliyati cheklangan jamiyat» so'zlarini o'z ichiga olishi, qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatning to'liq firma nomi esa jamiyatning to'liq nomini va «qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat» degan so'zlarni o'z ichiga olishi kerak.

MCHJ va QMJ o'zaro ko'p jihatdan bir-biriga bog'liq. Ularning asosiy farqi javobgarlikning huquqiy tartibga solinishidan iborat.

Mas'uliyati cheklangan hamda qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlarning tuzilishi, faoliyati, qayta tashkil etilishi va tugatilishi sohasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi maxsus qonun bo'lib «Mas'uliyati cheklangan hamda qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni hisoblanadi¹.

¹ O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi, 2002-y., 1-son, 10-modda.

Aksiyadorlik jamiyatlari (AJ): Xo‘jalik jamiyatining yana bir keng tarqalgan shakllaridan biri – bu aksiyadorlik jamiyatidir.

«Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Qonunining 2-moddasiga muvofiq, ustav fondi jamiyatning aksiyadorlarga nisbatan majburiyatlarini tasdiqlovchi muayyan miqdordagi aksiyalarga taqsimlangan xo‘jalik yurituvchi subyekt aksiyadorlik jamiyati deb hisoblanadi¹

Aksiyadorlik jamiyati qonun hujjatlarida taqiqlanmagan faoliyatning har qanday turlarini amalga oshirish chog‘ida huquqlarga ega bo‘ladi va majburiyatlarni o‘z zimmasiga oladi.

AJ davlat ro‘yxatidan o‘tkazilgan paytdan boshlab huquqiy shaxs huquqlarini qo‘lga kiritadi. Jamiyat, agar uning ustavida boshqacha qoida belgilanmagan bo‘lsa, cheklanmagan muddatga tuziladi.

AJ qonun hujjatlarida man etilmagan va ta‘sis hujjatlarida ko‘rsatilmagan istalgan faoliyat turi bilan qonun hujjatlarida belgilangan tartibda shug‘ullanishi mumkin. Jamiyat muassislari ta‘sis hujjatlarida faoliyatning asosiy turlarinigina sanab o‘tishga haqlidir.

AJ o‘z majburiyatlari yuzasidan o‘ziga tegishli barcha mol-mulki bilan javobgar bo‘ladi.

Shuni ta‘kidlash lozimki, aksiyadorlar jamiyatning majburiyatlari yuzasidan javobgar bo‘lmaydilar va uning faoliyati bilan bog‘liq ziyonlarni o‘zlariga tegishli aksiyalar qiymati doirasida to‘laydilar. Aksiyalar haqining hammasini to‘lamagan aksiyadorlar jamiyat majburiyatlari yuzasidan o‘zlariga tegishli aksiyalar qiymatining to‘lanmagan qismi doirasida solidar javobgar bo‘ladilar. Jamiyat o‘z aksiyadorlarining majburiyatlari yuzasidan javobgar bo‘lmaydi.

Aksiyadorlik jamiyati ochiq yoki yopiq bo‘lishi mumkin. Ochiq aksiyadorlik jamiyatining muassislari tarkibiga kiruvchilarning eng kam soni cheklanmaydi, yopiq aksiyadorlik jamiyatining muassislari esa kamida uch shaxsdan iborat qilib belgilanadi. Jamiyatning har bir muassisi uning aksiyadori bo‘lishi lozim.

Qatnashchilari o‘zlariga tegishli aksiyalarini o‘zga aksiyadorlarning roziligisiz boshqa shaxslarga berishi mumkin bo‘lgan aksiyadorlik jamiyati **ochiq aksiyadorlik jamiyati (OAJ)** deb hisoblanadi.

¹ O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi., 1996-y., 5–6-son, 61-modda.

Ochiq aksiyadorlik jamiyati o'zi chiqarayotgan aksiyalarga ochiq obuna o'tkazishga va qonun hujjatlarining talablarini hisobga olgan holda ularni erkin sotishga haqlidir.

Ochiq aksiyadorlik jamiyati o'zi chiqarayotgan aksiyalarga yopiq obuna o'tkazishga haqli, jamiyat ustavida va qonun hujjatlarida yopiq obunani o'tkazish imkoniyati cheklab qo'yilgan hollar bundan mustasno. Ochiq aksiyadorlik jamiyati aksiyadorlarining soni chegaralanmaydi.

Aksiyalari faqat o'z muassislari yoki oldindan belgilangan doiradagi shaxslar orasida taqsimlanadigan aksiyadorlik jamiyati **yopiq aksiyadorlik jamiyati (YOAJ)** deb hisoblanadi.

YOAJ o'zi chiqarayotgan aksiyalarga ochiq obuna o'tkazishga yoxud ularni cheklanmagan doiradagi shaxslarga sotib olish uchun boshqacha tarzda taklif etishga haqli emas. Yopiq aksiyadorlik jamiyati **aksiyadorlarining soni ellik nafardan ziyod bo'lishi** mumkin emas. Belgilangan chegaradan ortib ketgan taqdirda u yopiq aksiyadorlik jamiyatlari uchun miqdori aksiyadorlarning chegaralangan limitidan ortib ketgan shaxslar aksiyadorlar reestrda ro'yxatga olingan kundana e'tiboran olti oy ichida ochiq aksiyadorlik jamiyatiga aylantirilishi, ushbu muddat tugagach sud tartibida tugatilishi lozim.

Iqtisodiyot real sektori korxonalarining kapitallashuv darajasini yanada oshirish va moliyaviy barqarorligini mustahamlash, iqtisodiy nochor korxonalarini moliyaviy sog'lomlashtirish va boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish, iqtisodiyotni tarkibiy o'zgartirish, ishlab chiqarishni modernizatsiyalash, texnik va texnologik qayta jihozlash jarayoniga investitsiyalarni, shu jumladan, tijorat banklarining mablag'larini keng jalb etish maqsadida **O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 18-noyabrdagi PF-4053-sonli «Iqtisodiyot real sektori korxonalarining moliyaviy barqarorligini yanada oshirish chora-tadbirlari to'g'risida»**gi Farmoni 1-bandiga asosan 2009-yilning 1-yanvaridan boshlab yangi tashkil etiladigan ochiq va yopiq aksiyadorlik jamiyatlari uchun nizom jamg'armasining eng kam miqdori jamiyat davlat tomonidan ro'yxatga olingan sanada O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining kursi bo'yicha ekvivalenti **400,0 ming AQSH dollariga teng** summani tashkil etishi belgilab qo'yildi¹.

Faoliyat yuritayotgan ochiq va yopiq aksiyadorlik jamiyatlari ham 2010-yilning 1-yanvarigacha o'zlarining ustav jamg'armalari miqdorini ular qayta ro'yxatga olingan sanada O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining kursi bo'yicha ekvivalenti kamida **400 ming AQSH dollariga**

¹ O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlar to'plami, 2008-y., 47-son, 461-modda.

teng summaga yetkazishlari yoki xususiy mulkchilik shakliga o'tishni ta'minlashlari shartligi lozim edi.

Bunda jamiyatning nizom jamg'armasini shakllantirishning eng ko'p muddati ta'sis hujjatlariga muvofiq jamiyat davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab bir yildan oshmasligi belgilab qo'yildi, qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollar bundan mustasno.

Aksiyadorlik jamiyatlarini tuzish, ularning faoliyati va ularni tugatish, aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish bilan bog'liq munosabatlarni tartibga soluvchi maxsus qonun bo'lib «Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni hisoblanadi.

Aksiya bu aksiyadorlik jamiyat tomonidan chiqariladigan, mulkdorning o'z mulkiga jamiyat nizom jamg'armasiga pay kiritilganligi haqida guvohlik qiluvchi va unga dividend olish huquqini beradigan hujjat, qimmatli qog'ozdir.

Dividend – bu aksiya egasi oladigan daromad. U foizlarda ifodalanishi mumkin.

Kotirovka – bu aksiya kursini belgilash, ya'ni uni bozordagi olinadigan va sotiladigan bozor bahosini belgilashdir. Aksiyaning real va nominal qiymati o'rtasidagi farq *ajio* yoki *laj* deyiladi. Bunday farq bu holatda aksiyaning bozordagi kursi nominal qiymatdan oshishi tomoniga qaratilgan. Bozor kursining tushishi esa *dizajio* deyiladi.

Aksiyaning quyidagi turlari mavjud:

- *nomi yozilgan*, bunda aksiyani u yoki bu shaxsga sotish haqidagi qarorlar aksiyadorlik jamiyati boshqaruv organlari tomonidan qabul qilinadi, aksiyani erkin sotish yoki boshqa shaxsga o'tkazish huquqiga ega bo'lmaydi, faqatgina aksiyadorlik jamiyatining boshqaruvi qaytarish huquqiga ega bo'lgan shaxs haqidagi ma'lumotlar maxsus ro'yxatdan o'tkazish kitobiga kiritiladi.

- *nomiga yozilmagan aksiya*, bunda aksiya egasi ro'yxatdan o'tkazilmaydi va ular aksiyadorlik jamiyatining hech qanday roziligisiz erkin sotish yoki berish huquqiga ega bo'ladilar.

- *oddiy aksiya*, bunda aksiya egasi aksiyadorning barcha huquqlariga ega va AJ daromadiga bog'liq holda dividend olishadi.

- *imtiyozli aksiya*, bunda aksiyador qat'iy belgilangan, AJ daromadiga bog'liq bo'lmagan holda dividend oladi, bunday aksiya egalarining odatda huquqlari cheklangan bo'ladi, ular ovoz berish huquqiga ega bo'lmaydi.

- *kumulyativ imtiyozli*, unga ko‘ra dividend to‘lovi keyinga qoldirilishi mumkin.

- *sotishga yoki almashtirishga molik imtiyozli*, sotib olinadigan yoki almashtiriladigan aksiya, bunday aksiyalarni chiqaruvchi AJ tegishli majburiyatlarni o‘z zimmasiga oladi.

Odatda, aksiyalar fond birjasida sotiladi va xarid qilinadi. Biroq, buning uchun birja qo‘mitasining qarori kerak bo‘ladi. Fond birjasi oldi-sotdi operatsiyalariga, qimmatli qog‘ozlarni zakalat qilishga ixtisoslashadi.

Obligatsiya – bu shunday qimmatli qog‘oz, qarz majburiyatlarining alohida shakli bo‘lib, ular egasiga ma‘lum bir vaqt oralig‘ida daromad olishni kafolatlaydi.

AJni tashkil etishda ta‘sischi oldida aksiyalarni chiqarish yo‘li bilan zaruriy kapitalni yig‘ish vazifasi turadi. Bu vazifa yana mulkdorlar yoki AJ ma‘muriyatining vazifasi ham bo‘ladi. AJ o‘z nizom jamg‘armasini aksiyadorlar hisobiga, ya‘ni qo‘shimcha aksiya chiqarish hisobiga kengaytirmoqchi bo‘lganda ham chiqarilishi mumkin. Amaldagi qonun va belgilangan qoidalarga ko‘ra, aksiyalarni chiqarishda ma‘lum bir tartib saqlanadi.

Aksiya chiqarish haqida qaror qabul qilish amaldagi qonunchilikka ko‘ra, majlisda aksiyadorlarni yig‘ib eng ko‘p ovoz yig‘ish yo‘li bilan amalga oshiriladi. Majlis qarorida qaysi qimmatli qog‘ozlar, qancha miqdorda chiqarilishi aniq belgilanishi shart.

Aksiya chiqarish shartlarni ishlab chiqish va aksiya chiqarishga tayyorlanish – bu eng murakkab va tabiiy jarayon bo‘lib, aynan shuning uchun bu ishni amalga oshirish uchun professional mutaxassislar jalb qilinadi. Dastlab, bo‘lg‘usi aksiyadorlar maqomi aniqlanadi. Boshqacha qilib aytganda, ular mavjud aksiyadorlar huquqlariga egaligi, chiqarilgan turli aksiyalar egalarining o‘rtasida daromad taqsimlanishida farq bor yoki yo‘qligi aniqlanadi.

Qimmatli qog‘ozlar tarqatilishidan oldin aksiyalarni sotishning boshlanish va tugallanish muddatlari, hisob-kitob shartlari, to‘lov shakli, ularning miqdori, moliyaviy tashkilotlar rekvizitlari aniqlangan bo‘lishi kerak. Moliyaviy institutlar, yirik brokerlik firmalari bevosita aksioner kompaniyalarni tashkil qiluvchi emission sindikatlarni tashkil qilishi mumkin. Albatta, ularning xizmatidan ham, ayniqsa, yangi aksiyadorlik jamiyat tashkil qilish haqida gap borganda yoki oldindan xaridorlar aniqlangan holda bo‘ladi. Biroq ochiq aksiyadorlik jamiyatida aksiyalar

xarid qilinmasligi tavakkali ko'payadi va ularni sindikatga o'tkazish mumkin.

Aksiyaning chiqarilishi shakliga kelsak, aksiyalar to'g'ridan to'g'ri berilmaydi. Aksiyadorlar jamiyat reestrída ro'yxatga olinadi, ularning aksiyasi miqdoriga qarab esa sertifikat beriladi.

Ochiq jamiyatda aksiyadorlar imkoniyatlari haqidagi muammolar turadi. Ular yangi chiqarilgan aksiyalar sotib olishda imtiyozlarga egamilar?

Ko'pincha ularga aksiyalarni birinchi bo'lib sotib olish imkoniyati beriladi. Boshqa hollarda barcha aksiyadorlarga nizom jamg'armasidagi ulushiga proporsional ravishda yangi chiqarilgan aksiya ulushidan sotib olish huquqiga ega bo'ladi. Agar chiqarilayotgan aksiyalar bahosi ularning kurs qiymatidan past bahoda belgilansa, bu huquqlar xususiy qiymatni qabul qiladi va qimmatli qog'ozlar sifatida rasmiylashtirilgan bozorda erkin qayta sotilishi mumkin.

Emissiya loyihasini tayyorlash. Har bir investor o'z pullarini qayerga yo'naltirilganligini bilishi kerak. Bu qonun talabidir. Bo'lg'usi aksiyador emissiya bilan tanishishi zarur, bunda emitent haqida asosiy ma'lumotlar, ularning moliyaviy faoliyati va emissiyaning barcha shartlari ko'rsatilgan bo'lishi kerak.

Loyiha – bu ma'lumotlarni taqdim qilish majburiyatini olgan ekspertlar guruhining ishi natijasidir. Agar keyinchalik noto'g'ri ma'lumot berilganligi tufayli investor zarar ko'rsa, emitent yoki emission sindikat uning ko'rilgan zararlarini qoplashi zarur bo'ladi.

Qimmatli qog'ozlar chiqarish va ro'yxatdan o'tkazish. Emissiya loyihasi tayyor bo'lgach va huquqiy hujjatlar tartibga keltirilgach, emitent chiqarishni ro'yxatdan o'tkazish uchun mahalliy moliya tashkilotlariga murojaat qiladi. Faqat ro'yxatdan o'tilgandan keyingina, jamiyat chiqarilgan yangi aksiyalarni reklama qilish va qimmatli qog'ozlarni sotishni amalga oshirishi mumkin. Aks holda, aksiyalar tortib olinadi va xaridorlarga pul qaytariladi, aybdorlar javobgarlikka tortiladi.

Aksiyalarni chiqarishga tayyorgarlik ko'rishda kompaniya xodimlari bo'lg'usi investorlarning o'zini tutishi, kayfiyatini hisobga olishi yoki oldindan aniqlashi zarur. Hozirgi dunyodagi inqiroz holatni hisobga olmasdan bo'lmaydi, ko'pgina potensial investorlar bugungi sharoitlarda o'z vositalarini jamg'arma banklarda saqlashi ularni asta - sekinlik bilan yo'qotishini bildiradi, shuning uchun mablag'larni qimmatli qog'ozga qo'yish foydaliroq. Biroq, investor bunday holatda o'zi ko'proq ishongan tomon foydasiga qaror qabul qiladi.

Xolding odatdagi jamiyatga nisbatan ancha murakkab tashkiliy tuzilmaga ega bo'lgan aksiyadorlik jamiyati turidir. Xolding o'z oldiga nazorat paketiga egalik qilish, kompaniyalarni nazorat etish, boshqarish, moliyaviy, kredit va boshqa faoliyatlarni amalga oshirishni maqsad qilib qo'yadi. Bunda xoldingga aksiyalar nazorat paketi tegishli bo'lgan kompaniyalar o'z huquqiy va operativ xo'jalik mustaqilligini saqlab qoladi. Bunday shakldagi aksioner kapital shakli rivojlanishi bir qator firmalarni nazorat qiluvchi bosh xolding kompaniyalar va ayrim firmalar aksiyalarining nazorat paketiga egalik qiluvchi oraliq xolding kompaniya tashkil qilinishiga olib keldi. Bosh xolding kompaniyalar sifatida odatda investitsiya jamg'armalari yoki kompaniyalar maydonga chiqadi. O'zbekistonda ham, shuningdek, keyingi yillarda investitsiya jamg'armalari tuzish orqali xolding kompaniyalar shaklida aksiyadorlik jamiyati tuzilishi jarayoni kuzatilmoqda.

Xolding kompaniyalar boshqa kompaniyalar aksiyalari egalari yoki shu bilan bir qatorda o'zlari tadbirkorlik kapitali bilan ish ko'ruvchi va o'z tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiruvchi birlashishiga qarab **sof, moliyaviy va aralash** turlarga ajratiladi.

Sof xolding – o'ziga bo'ysunuvchi, aksiyalarining nazorat paketi olingan kompaniya yoki firmaning barcha faoliyatini (boshqaruv, moliyaviy, ishlab chiqarish va h.k.) boshqarish va nazorat etishni amalga oshiradi.

Moliyaviy xolding – o'ziga bo'ysunuvchi kompaniyaning aksiyalari nazorat paketidagi aksiyalar miqdoriga, hajmiga mos ravishda dividend olib turish bilan kafolatlanadi.

Aralash xolding – har ikkala xolding shaklining uyg'unlashuvini bildiradi.

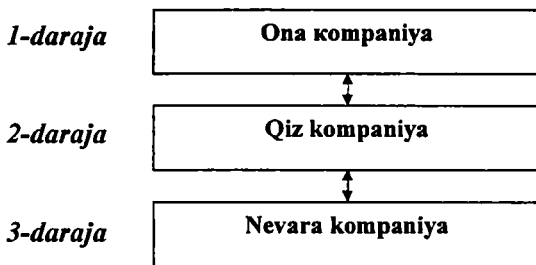
Ko'rib o'tilayotgan muammolar qatorida korxonalarni xususiy lashtirish muhim ahamiyat kasb qiladi.

Xususiylashtirish – bu mulkning davlat ixtiyoridan xususiy yoki jamoa shakliga o'tish jarayonidir. Bunday o'tish ikki asosiy yo'l bilan amalga oshiriladi: *sotish va aksiyalashtirish*.

Xususiylashtirish jarayoni o'ziga xos biznes rejani ifodalaydi. Unda xususiylashtirish maqsadi va vazifalari, aksionerlashtirilgan mulk bahosi, xususiylashtirish amalga oshirilishining tashkiliy shakli aks ettirilishi zarur.

Tadbirkorlar o'rtasidagi o'zaro aloqadorlik tizimi biror bir firmaning bunday holatda «*ona kompaniya*» nomini oluvchi ikkilamchi *sho'ba (qiz kompaniya) va uchlamchi (nevara)* kompaniyalarni tashkil

qilishi hisobiga ham amalga oshirilishi mumkin (8.6.1-chizmaga qarang).



8.6.1-chizma. Xoldingda qatnashish turlari.

2- va 3-darajadagi «Qizi» va «Nevara» kompaniyalar 1 – darajadagi ona kompaniyaning filiali deb ta’kidlash mumkin bo’ladi. Biroq «filial» deb nomlash bu yerda noo’rin, chunki 2- va 3-darajadagi kompaniyalar ma’lum darajada mustaqil faoliyat yuritish huquqiga egadirlar va ular mustaqil huquqiy shaxsdirlar. Boshqa tomondan 2-darajadagi kompaniya 1-darajadagi kompaniya kapitali hisobiga tashkil qilinganligini e’tiborga oladigan bo’lsak, bu 2- va 3-darajadagi kompaniyalar to’liq va mutlaq mustaqilligi to’g’risida emas, balki ularning o’zaro aniq bog’liqlik tizimi haqida gapirishga to’g’ri keladi.

Xolding va ikkinchi darajali sho’ba kompaniyalarni tashkil qilish jarayoni *ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash* asosida amalga oshiriladi. **Diversifikatsiya** – *bu korxonalar faoliyatini sohasini kengaytirish, ishlab chiqarayotgan tovar va xizmatlari turlarini o’zgartirish shuningdek, ularning faoliyatini yangi xususiyatlarini o’rganish jarayonidir.* **Gorizontal diversifikatsiya** degani bunday tuzilmaga kiruvchi korxonalar texnologik jihatdan bir-biri bilan bog’liq emasligini bildiradi (masalan, ko’mir sanoati va muzqaymoq ishlab chiqarish). **Vertikal diversifikatsiya** korxonalar odatda bir-birini to’ldiruvchi tovarlar ishlab chiqarishini bildiradi (*masalan, avtomobil zavodi va unga ehtiyot qismi ishlab chiqaruvchi firma*).

8.7. Ishlab chiqarish kooperativlari va unitar korxonalar

Ishlab chiqarish kooperativi (artel) deganda *o’z xohishiga ko’ra ishlab chiqarish yoki boshqa xo’jalik faoliyatini bilan shug’ullanishni amalga oshirish maqsadida fuqarolar birlashuvini ifoda etuvchi huquqiy*

shaxs maqomiga ega bo'lgan tijorat tashkiloti tushuniladi. Bunday kooperativ mulki paylardan tashkil topadi. Kooperativ faoliyati ishlab chiqarish faoliyatida uning a'zolarining shaxsan qatnashuvida ko'riladi, kooperativlarda nafaqat jismoniy, balki huquqiy shaxs qatnashuvi ham yo'lga qo'yiladi.

Kooperativ a'zolari subsidiar, ya'ni individual pay kiritgani bilan, umumiy kooperativ mulkida pay ulushi miqdori bilan cheklanmagan majburiyatga ega. Kooperativ tomonidan olingan daromad uning a'zolari o'rtasida ularning kooperativ faoliyatidagi mehnatda qatnashuviga, ishlab chiqarish siklidagi ulushiga mos holda taqsimlanadi.

Kooperativlarni quyidagicha tasniflash mumkin¹: *ishlab chiqarish, qayta ishlash, sotish, servis, qurilish-ta'mirlash, savdo, turli xil ishlarni bajarishga ixtisoslashgan kooperativlar.*

Shunday qilib, kooperativ – bu shaxslarning hamkorlikdagi ishlab chiqarish va mahsulotni sotish, tovar va xizmatlar xaridi, iste'moli, turar-joy qurilishi, foydalanish va hokazolarni amalga oshirish maqsadida birlashishidir. Kooperativlar huquqiy shaxsdir. Ular mustaqil balansiga ega. Hamkorlik kooperativ shaklining kamchiligi – bu uning a'zolari o'z majburiyatlari bo'yicha cheklanmagan javobgarligidir.

Unitar korxonalar – *bu o'ziga biriktirilgan mulkka egalik qilish huquqi berilmagan tijorat tashkilotidir.* Unitar shaklda faqatgina davlat yoki munitsipal korxonalar tashkil etilishi mumkin.

Mahalliy hokimiyat organi qarori bilan tashkil qilingan korxonalar **munitsipal unitar korxonalar** mezoniga kiritiladi. Agar korxonani tashkil etishda davlat organi tomonidan qaror qabul qilinsa, u **davlat unitar korxonalar** hisoblanadi. Bunday korxonaga mulk xo'jalik yuritish yoki operativ boshqaruv uchun beriladi.

Davlat unitar korxonalari davlatga qarashli, ya'ni O'zbekiston Respublikasi hukumati qarori bilan tashkil qilingan va operativ boshqaruvga berilgan mulk bilan ta'minlangan xo'jalik korxonasi. Masalan, «Urganch – neft bazasi» davlat unitar korxonasi.

8.8. Korxonalarining mustaqil birlashish shakllari

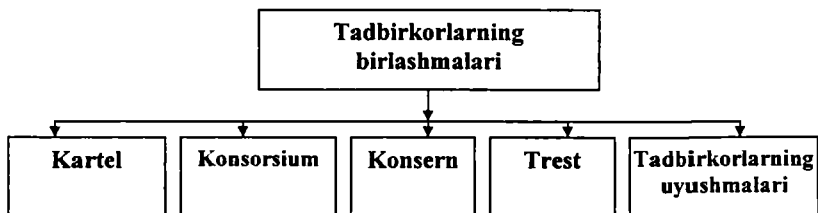
Tadbirkorlar tomonidan hal qilinadigan masalalar ularni bir-biri bilan kooperatsiyaga kirishishga majbur qiladi. Kooperatsiya asosida

¹ Бусыгин А.В. Предпринимательство. М.:Инфра-М. 1997, С.396.

deyarli har doim hamkorlar harakatlarini muvofiqlashtirish hisobiga o'z faoliyati samaradorligini oshirish yotadi.

Tijorat tashkilotlari erkin kirish mumkin bo'lgan ochiq va yopiq assotsiatsiya yoki ittifoqlar tuzish huquqiga ega. Biroq, tijorat tashkiloti tomonidan tashkil qilingan assotsiatsiya va ittifoqlar tijorat tashkilotlar sifatida faoliyat yurita olmaydi. Bunday birlashmalarning huquqiy va iqtisodiy asosini farqlash zarur. Agar birlashma iqtisodiy maqsadlarni ko'zlasa, ko'pincha hamkorlikning shartnomaviy shakli qo'llaniladi. Shartnomaviy munosabatlarning bunday shakli har doim ham mustaqillikni yo'qotishini bildiravermaydi. Odatda tadbirkorlar birlashishlarining quyidagi shakllari farqlanadi (8.8.1-chizmaga qarang)

- * kartel;
- * konsorsium;
- * konsern;
- * trest.



8.8.1-chizma. Tadbirkorlar birlashmalarining asosiy shakllari.

Kartel – bunda tadbirkorlar quyidagilar to'g'risida kelishgan holda birlashadilar:

- ishlab chiqarish hajmi to'g'risida;
- Sotuv bozor to'g'risida;
- sotuv sharoitlari to'g'risida;
- baholar to'g'risida;
- to'lov muddatlari to'g'risida va h.k.

Demak, *kartel* – monopol foydani olish maqsadida asosan bir tarmoqda ishlovchi ishtirokchilari tomonidan ishlab chiqarish va tijorat mustaqilligini yo'qotmagan holda tuziladigan bitim bo'lib, uning qatnashchilari yuqorida ta'kidlanganidek yo'nalishlarda kelishgan holda faoliyat yuritadilar¹. Masalan, OPEK karteli.

¹ Большая экономическая энциклопедия. М.: ЭКСМО, 2007. С.273.

Konsorsium – bu bir qancha banklar yoki ishlab chiqaruvchilar o‘rtasida hamkorlikda zayom obligatsiyalar joylashtirish, yirik miqyosdagi moliyaviy - tijorat operatsiyalarini o‘tkazish, yirik sanoat qurilishini amalga oshirish bo‘yicha vaqtinchalik kelishuvdir¹

Konsern – sanoatda ko‘p tarmoqli tavsifga ega bo‘lgan korporatsiyalarning eng keng tarqalgan hukmron shaklidir. Konsernlar ilk bor o‘tgan asrda Birinchi jahon urushidan keyingi davrda Germaniyada va keyinchalik boshqa g‘arb davlatlarida paydo bo‘ldi. Konsern faoliyat ko‘rsatishining asosini ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash yotadi va bunda korporatsiya kapitalining o‘zining sohasiga aloqasi yo‘q bo‘lgan boshqa tarmoqlarga kirib borishini bildiradi. Bunda o‘nlab yoki yuzlab ilmiy tekshirish institutlari, laboratoriyalar, sinov maydonlari, sanoat korxonalari o‘zaro birlashib ko‘p tarmoqli iqtisodiy majmuani tashkil etadi. Bugungi kunda dunyoning 500 dan ortiq yirik kompaniyalarining faoliyati ko‘rsatishicha, zamonaviy sanoat ishlab chiqarishining asosini ko‘pgina mayda va o‘rta firmalar bilan chambarchas aloqada bo‘lgan ko‘p tarmoqli kompaniyalar tashkil etadi².

Trest – (ingl. trust→*ishonch*) tadbirkorlarning shunday birlashmasiki, unga kirgan korxonalar to‘laligicha ishlab chiqarish, tijorat, huquqiy mustaqilligini yo‘qotadi va yagona boshqaruv organiga bo‘ysunadi.

Shuni alohida ta‘kidlab o‘tish kerakki, tadbirkorlarning assotsiatsiya va shu kabi yo‘nalishlari shakli ham mavjud. Dastavval shuni aytish kerakki, bunday birlashuv shakllari rivojlantirilishi ikki xil yo‘l bilan amalga oshiriladi.

- *siyosiy birlashish;*
- *ixtisoslashgan birlashish.*

Trestlarning investitsion, pay asosidagi turlari farqlanadi.

Katta e‘tiborni albatta birlashishning ikkinchi shakli jalb qiladi, uning tarkibi va mo‘ljali berilgan tarmoq tadbirkorlari himoyasi va axborot faoliyatiga tayanadi.

Bunday birlashmalarning axborot faoliyati tadbirkorlarga taktika va strategiyasini ishlab chiqishga yordam beradi.

Mavzuga oid tayanch iboralar

Firma, kompaniya, korxonaning tashkiliy - huquqiy shakli, korxonamaqomi, korxon ustavi, tadbirkorlik huquqi, xo‘jalik huquqi, ishlab

¹ O‘sha joyda: С.301.

² Большая экономическая энциклопедия. Москва: ЭКСМО, 2007. С.309.

chiqarish huquqi, ishlab chiqarish, huquqiy shaxs, sherikchilik, fuqarolik huquqi jamiyati, tijorat va notijorat tashkiloti, oddiy jamiyat, ishonch asosidagi shirkat, komplementariy, kommanditistlar, kooperatsiya, mas'uliyati cheklangan jamiyat, mas'uliyati qo'shimcha jamiyat, aksiyadorlik jamiyai, korxonalar, unitar korxonalar, aksiya, ochiq savdo sherikchiligi, aksiyaning nominal qiymati, aksiyaning emission qiymati, aksiyaning real qiymati, oddiy aksiya, kumulatsiya, obligatsiya, prokurist, aksiyalar paketi, dividend, investitsiya banki, kapital, xolding, bosh xolding kompaniya, investitsiya jamg'armasi, diversifikatsiya, kartel, konsorsium, konsern, trest, tadbirkorlik uyushmasi.

Mavzuni o'rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. Korxonalar va firma, kompaniya tushunchalarini izohlab bering.
2. Korxonalar qanday tashkiliy-huquqiy shakllari farqlanadi?
3. Tijorat tashkilotlari va ularning tasnifi haqida mushohada qiling.
4. Notijorat tashkilotining asosiy xususiyatlari va shakllari nimalardan iborat?
5. Mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlarning tashkil qilinishi, asosiy ishlash tamoyillari nimalardan iborat?
6. Aksiyadorlik jamiyati va uning boshqaruv tuzilmasi qanday tartibda tuzilgan?
7. Aksiya va uning turlari to'g'risida nimalarni bilasiz?
8. Tadbirkorlarni birlashishning asosiy shakllari va ularning asosiy ishlash tamoyillari qanday?
9. Xolding kompaniya va uning turlari haqida gapirib bering. O'z hududingizda xolding kompaniyalarga misollar keltiring.
10. Vakolatxonalar, filial va bo'lim haqida tushuncha bering. Siz ishlayotgan muassasa mustaqil huquqiy shaxs maqomiga egami yoki yuqoridagilardan biri shaklida faoliyat yuritadimi?
11. Ishlab chiqarish kooperativlari va unitar korxonalarining asosiy farqli xususiyatlarini gapirib bering.

9.1. Tadbirkorlik shartnomasi haqida umumiy tushuncha

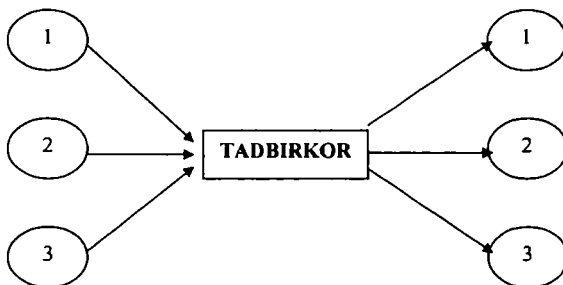
Tadbirkorning sherikchilik munosabatlari asosan ikki yoʻnalish boʻyicha rivojlanadi.

A) ishlab chiqarish jarayonini normal tashkil qilish uchun barcha zaruriy vositalarni yetkazib beruvchilar bilan munosabatlar.

B) tadbirkor tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulot isteʼmolchilari bilan munosabatlar (9.1.1-chizma).

Yetkazib beruvchi sheriklar

Isteʼmol qiluvchi sheriklar



9.1.1-rasm. Tadbirkorning mumkin boʻlgan sherikchilik aloqalari.

Sherikchilik munosabatlari tadbirkor tomonidan hamkorlik oʻrnatgan sheriklariga bergan huquq va majburiyatlarni amalga oshirishni nazarda tutadi. Bunday huquq va majburiyatlarni huquqiy jihatdan tadbirkor va uning sherigi tomonidan imzolangan shartnoma bilan mustahkamlanadi.

Shartnoma – sherikchilik munosabatlarini mustahkamlash shakli boʻlib, asosan yozma, hujjat shaklida amalga oshiriladi. Shartnomada kelishuv predmeti, sheriklarning oʻzaro huquq va majburiyatlari, shuningdek, kelishuv shartlarini buzgan holatdagi oqibatlarini koʻrsatiladi. Shartnomaning yozma shakli yuzaga keluvchi kelishmovchiliklarni koʻrib chiqishning asosi hisoblanadi.

Shartnomaviy huquq mustaqil huquqiy tarmoq sifatida Buyuk Britaniyada XVI-XVII asrda vujudga kelgan deb hisoblanadi. Shartnomaviy huquqning yuzaga kelishi 1602-yildagi «Sleyd ishi» deb nomlanuvchi sud qarori chiqishi bilan bogʻliq. Oʻsha vaqtda Sleyd ismli dehqon kishi xaridor bilan kelgusida olinadigan bugʻdoy hosilini maʼlum bir bahoda unga sotishi haqida kelishadi. Kelishuvga koʻra, pul yoz oʻrtasida toʻlanishi kerak boʻlgan. Xaridor, feodal esa buni qilmaydi va Sleyd unga qarshi daʼvo qiladi. Javobgar kelishuvning mavjudligini va u bugʻdoy haqini toʻlashi kerakligini inkor qiladi. Biroq, u majburiyat maʼlum bir harakatini oʻz boʻyniga olishi natijasida emas, balki qarz sifatida yuzaga keldi deb hisoblaydi. Sud esa Sleydga javobgar tomonidan zararlar toʻlanishini talab qiladi, bugʻdoyning haqini qarzni toʻlash hisobiga qoplashni emas. Bu sud qarori bilan har bir shartnoma oʻzida tomonlarning maʼlum bir faoliyatini bajarish paytini oʻz ichiga olishi bilan mustahkamlandi.

Tadbirkorlikda *taʼsischilik va tadbirkorlik, yaʼni xoʻjalik shartnomalarini* farqlash zarur. **Taʼsischilik shartnomasi** – *bu jismoniy yoki huquqiy shaxslarning maʼlum bir tadbirkorlik gʻoyasini amalga oshirish uchun yangi tashkiliy huquqiy tizimni tashkil qilish, taʼsis qilishlari toʻgʻrisida dalolat beruvchi yozma hujjatdir.*

Dastlabki va asosiy jamoa shartnomasi bu – nizomdir. Unda firmaning nomi, joyi va faoliyati aniqlanadi.

Nizomda shuningdek, boshqaruv organi – boshqarma, nazorat majlisi, aksiyadorlar yigʻilishi, shuningdek, nizomda yozilgani boʻyicha ishonchnomasiz firma yoki kompaniyani nomidan ish koʻrish huquqiga ega boʻlgan lavozimni egallovchi shaxslar haqida qaydlar keltiriladi.

Firma yoki kompaniya Nizomini imzolagan shaxslar-taʼsischilar deb yuritiladi. Nizom loyahasini tayyorlash bilan firma yoki kompaniyani tuzish boʻyicha tashabbuskor guruhning bir yoki bir qancha aʼzosi shugʻullanadi.

Firma yoki kompaniyaning taʼsischilik balansiga kiritiluvchi moddiy yoki pul mablagʻlari Nizom jamgʻarmasini tashkil qiladi. Firma yoki kompaniyaning Nizom jamgʻarmasi turli manbalar – olinadigan daromadning bir qismini kapitallashuvi, hayriya, sovgʻa va boshqalar hisobiga toʻldirilishi mumkin. Barcha taʼsischilar, baʼzan esa notarial ishonilgan shaxslar tomonidan imzolangan Nizom davlat roʻyxatidan oʻtganidan keyingina firma yoki kompaniyaga maʼlum bir yuridik huquq, vakolat beriladi. Bunday roʻyxatdan oʻtish firma yoki

kompaniyaga undan kelib chiqadigan barcha oqibatlari bilan birga huquqiy shaxs maqomini beradi.

Tadbirkorlik shartnomasi – *bu kelishayotgan tomonlarning ma'lum bir yagona tashkiliy-huquqiy tizimga birlashishini ifoda qilmasdan, tadbirkorlik jarayonining o'zini amalga oshirishni nazarda tutadi.*

Shartnoma – *bu bitim asosida yotgan maqsadga erishish maqsadida har bir tomon o'z zimmasiga oladigan majburiyatlar birlashtirilishi, tomonlarning o'zaro murosaga kelishidir.* Shartnoma tomonlar o'zaro bitimga kelishi ifodalanganligi uchun shartnoma shakli ham ijodiy xususiyatlarga ega holda turli shakllarda tuziladi. Biroq bunday shakllar majburiy xususiyatga ega emas, ular faqat ma'lum bir shartnoma tuzish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Shunday bo'lsada, amaliyotda ixtiyoriy shartnomani imzolashda tomonlar amal qilishga harakat qiladigan ma'lum bir talablar mavjud. Dastavval bu hujjat (shartnomaning) o'z tuzilishiga taalluqli. **Istalgan bir shartnoma** quyidagi unsurlardan iborat bo'ladi.

- preambula;
- asosiy qism;
- yakunlovchi qism.

Preambula – bu quyidagilarni o'z ichiga oluvchi, shartnomaning o'ziga xos kirish qismidir.

- *shartnoma nomi* – oldi-sotdi, yetkazib berish, barter, ijara, saqlash va h.k.;

- *shartnoma tuzish joyi va vaqti;*

- *shartnoma matnida keltirilgan shartlarga asosan shartnoma tuzilishi maqsadini belgilash;*

- *tomonlarning nomlari*, bunda sotuvchi yoki beruvchi tomon birinchi keltiriladi, xaridor, qabul qilib oluvchi tomon ikkinchi bo'lib ko'rsatiladi.

Shuni ta'kidlash zarurki, shartnoma yoki bitimning nomi normativ hisoblanmaydi. Aksincha, shartnoma tarkibi uning huquqiy baholanishi uchun aniqlovchi ahamiyatga ega. Shartnomaning nomi – bitim yakunini bildiruvchi nuqtadir. Biron bir bitimning nomi yo'qligi uni qonuniyligini inkor qilmaydi.

Umuman olganda preambula quyidagicha bo'lishi mumkin:

OLDI-SOTDI SHARTNOMASI

Urganch shahri

10-mart 2012-yil

Ushbu shartnoma keyinchalik Sotuvchi deb nomlanuvchi «Asadbek» va keyinchalik Xaridor deb nomlanuvchi «Anaxon» firmalari o'rtasida quyidagi maqsadda tuzildi

Shartnomaning **asosiy qismi** o'z navbatida ikki qismdan iborat bo'ladi. Shartnomaning *o'ziga xos shartlari va umumiy shartlari* ko'rsatilgan bandlar.

Shartnomaning o'ziga xos shartlariga berilgan bitim uchun xos xususiyatga ega bo'lgan, biroq bu shart boshqa bitimlarda qo'llanilmaydigan shartlar kiradi.

Shartnomaning o'ziga xos shartlari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- shartnomaning predmeti yoki tovar miqdori;
- tovarning sifati;
- tovarning bahosi;
- bahodan chegirma yoki bahoga ustamalar;
- yetkazib berishning bazis shartlari;
- to'lov shakllari;
- yetkazib berish muddati yoki majburiyatlarni ijro qilish muddati, shartnomadan bir tomonlama voz kechish;
 - tovarlarning yorliqlanishi va o'ralishi;
 - tovar uzatish, qabul qilish yoki tovarga egalik huquqining tomonlarga o'tishi;
 - tomonlarning javobgarligi;
 - man qilingan shartlar.

Aynan shartnomaning o'ziga xos shartlari bitim tuzish haqida sheriklar muzokarasida munozara mavzusi va tarkibidan iborat bo'ladi. Aynan har bir o'ziga xos shartlarning aniq shaklini tadbirkor munozaraga tayyorgarlik ko'rishda ko'rib chiqadi.

Shartnomaning **umumiy shartlariga** o'z tarkibi qanday bo'lishidan qat'i nazar, barcha shartnomalarga kiritiladigan qoidalar kiradi:

- *arbitraj;*
- *fors-major.*

Shartnomaning **yakuniy qismida** quyidagilar keltiriladi:

- *tomonlarning huquqiy manzili;*

- *shartnomaning ajralmas qismi bo'lgan barcha izohlar;*
- *tomonlarning imzolari;*
- *shartnoma tuzilgan joy va sanasi.*

Umuman olganda shartnoma quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi.

Preambula	
<i>Shartnomaning asosiy qismi</i>	<i>O'ziga xos shartlar</i>
	<i>Umumiy shartlar</i>
<i>Shartnomaning yakuniy qismi</i>	

9.2 Shartnomalarning tasniflanishi

Tadbirkor o'z xo'jalik amaliyotida turli xildagi shartnomalar tuzishga bo'lgan zaruriyatlar bilan yuzlashadi va bunda asosan turli shartnomaviy majburiyatlar olib borishga majbur bo'ladi. Bu esa maxsus huquq tarmog'i – *majburiy huquq* yuzaga kelishiga olib keladi. Huquq va majburiyatlarning tarkibi shartnoma predmetiga bog'liq. Predmet *esa oldi- sotdi kooperatsiya, ijara, vositachilik* va h.k. bo'lishi mumkin. Amaliyotda tadbirkor odatda o'zi uchun bitimni tuzishda asos bo'ladigan shartnoma shakllarini aniqlashga harakat qiladi. Ko'pchilik hollarda tadbirkor quyidagi turdagi shartnomalarni farqlaydi:

- *ta'sischiilik shartnomasi;*
- *oldi- sotdi shartnomasi;*
- *mulkiy yollash shartnomasi;*
- *ijara shartnomasi;*
- *lizing shartnomasi;*
- *pudrat shartnomasi;*
- *kooperatsiya tashkil qilish haqida shartnoma;*
- *komissiya shartnomasi;*
- *agentlik shartnomasi;*
- *franchayzing to'g'risidagi shartnomasi;*
- *faktoring haqidagi shartnoma;*
- *qo'shma korxonalar tuzish haqida shartnoma;*
- *loyihaviy moliyalash shartnomasi va h.k.*

Amaliyotchilar ta'kidlashicha, eng murakkab shartnoma deyarli har doim oshkor qilinmaydigan *impresar kontraktidir*. Impresar kontraktini tayyorlashda ikki bosqich farqlanadi.

- impresar kontraktini tuzishga huquqni o'tkazish haqidagi shartnomani imzolash, bu shartnoma menejer va ijrochi yoki ijodiy guruh o'rtasida imzolanadi;
- impresar kontraktini o'zini imzolash, bu kontrakt bir tomondan impresario (menejer), ikkinchi tomondan, tadbirkor shou, konsert, dasturni tashkilotchilari tomonidan imzolanadi.

9.3. Tadbirkorning shartnoma tuzishga tayyorgarligi

Shartnoma tuzishga tayyorgarlik ko'rishda, ya'ni shartnomani imzolashda tadbirkor o'z diqqatini asosan quyidagi jihatlarga qaratadi:

1. Sherik bilan munozara olib borish jarayonining «ruhiy muhiti»ni aniqlash;

2. Shartnomaning har bir shartini aniq shakllanishini belgilab olish.

«*Ruhiy muhit*» deganda muzokara paytida ma'lum bir yon bosishlarga borish yoki aksincha o'z aytganida qat'iy turib olish tushuniladi. «*Ruhiy muhit*»ni aniqlash bilan tadbirkor firma strategiyasi uchun tayyorlangan sheriklar bilan bitim tuzish zaruriyati darajasidan kelib chiqadi. Agar, misol uchun tayyorlanayotgan bitim firma strategiyasi uchun muhim ahamiyatga ega bo'lsa, u holda tadbirkor albatta bunda qo'shimcha xarajatlar qilinishi ko'zda tutilsa ham sherik bilan muzokara yuritish uchun qulay ruhiy vaziyatni yaratishga harakat qiladi.

Shartnomaning har bir shartining aniq shakllarini belgilashda tadbirkor ushbu bitimdagi o'z rolidan kelib chiqadi, ya'ni u bitimda kim sifatida qatnashayotganligi – sotuvchi yoki xaridor, tovarni beruvchi yoki tovarni qabul qilib oluvchi tomon.

Muzokaraga tayyorgarlik ko'rish paytida tadbirkor eng avvalo o'zi uchun ma'qul bo'lgan baho ko'rsatkichini aniqlaydi. Bu maqsadda u uch xil baho ko'rsatkichini aniqlaydi: *maksimal, minimal va obyektiv baho*. Buni grafik ko'rinishida tasvirlaymiz:

<i>Maksimal baho</i>	*	<i>12000 so'm</i>
<i>Obyektiv baho</i>	*	<i>10000 so'm</i>
<i>Minimal baho</i>	*	<i>8000 so'm</i>

Maksimal baho (sotuvchi nuqtayi nazaridan) – bu muzokaralarni boshlashning boshlang'ich nuqtasi hisoblanadi (*har bir sotuvchi shu bahoda o'z tovarini sotishga harakat qiladi*), ammo to'liq shu bahoda bitim tuziladi deb aytib bo'lmaydi.

Minimal baho (xaridor nuqtayi nazaridan) – bu tadbirkor muzokara paytida pastga tushmaslikka harakat qiladigan, chegaraviy baho ko'rsatkichidir. U ishlab chiqarish xarajatlariga minimal daromad qo'shilganiga teng, muzokara chog'ida shu bahoda ham tovarni sota olmaslik bitim tuzishni befoyda, ya'ni foydasiz qilib qo'yadi.

Obyektiv bahoni aniqlash ancha murakkabdir, bu jamiyatda normal muzokara olib borish bahosidir. Obyektiv baho tarkibida muayyan bir qabul qilingan yoki o'xshash bo'lgan o'rtacha sifat ko'rsatkichiga ega bo'lgan tovarning bahosi yotadi.

Tadbirkor ko'pincha aynan berilgan tovarning o'rtacha bahosini bilmaganligi tufayli zarar ko'radi. Sherik bilan muzokara yuritishda tayanish mumkin bo'lgan obyektiv bahoni aniqlash uchun tadbirkor raqobatlashuv varag'ini tuzadi, ya'ni bozorda mavjud aynan shunday takliflarning to'la tahlilini tuzadi, raqib tovari xususiyatlarini taqqoslashi va bunday taqqoslash asosida o'z tovari uchun talab qilishi mumkin bo'lgan bahoni aniqlashi mumkin. Raqobatlashuv varag'ini o'z shakliga ko'ra quyidagicha jadvalda ifodalash mumkin (9.3.1-jadval).

Raqobatlashuv varag'i

9.3.1-jadval

Tovar	Tovar xususiyatlari				Bahosi
	Texnik		Tijorat		
	og'irligi	o'lchamlari	quvvati	unumdorligi	
1 - raqib tovari	5	4*5*6	10	120/ soat	1100
2 - raqib tovari	6	5*5*6	11	110/ soat	1000
O'z tovari					?

Birinchi va ikkinchi raqiblar tovarlari haqida ma'lumotga ega bo'la turib, tadbirkor tovarning texnik va tijorat xususiyatlarini taqqoslash yo'li bilan mavjud tovar baholarining o'rnatilishi sabablarini, omillarini aniqlashga intiladi. O'z tovarini xuddi shunday tovar ishlab chiqaruvchi birinchi va ikkinchi raqib tovari xususiyatlari bilan taqqoslab, tadbirkor muzokara davrida qaysi bahoga tayanish mumkinligini aniqlashga harakat qiladi.

Shuni aytish lozimki, raqobatlashuv varag'i yana shu holda zarurki, tovar haqida reklama tayyorlayotganingizda, reklama qilishda o'xshash

tovarlardan sizning tovaringiz xususiyatlari ustunligini aniqlagan paytda bu varaq qo‘l keladi.

Shartnoma predmeti bo‘lgan tovar bahosi har bir tomon o‘z zimmasiga olgan bitim majburiyatlarini bajarish bilan bog‘liq: sotuvchi o‘z zimmasiga qanchalik ko‘p majburiyat olsa, baho shunchalik yuqori bo‘ladi va aksincha. Biroq, ko‘pincha gap tomonlarning qaysi biri tovarni tashib berish, yetkazib berish majburiyatini va uni tashish davrida sug‘urta qilishni o‘z zimmasiga olishi to‘g‘risida boradi.

Bu majburiyat *yetkazib berishning bazis shartlari* degan nomni oladi. Shunday qilib, *yetkazib berishning bazis shartlari deganda sotilgan tovarlarni tashish va tashish davrida bu tovarni sug‘urta qilish bo‘yicha tomonlar o‘rtasida majburiyatlarni taqsimlash* tushuniladi. Agar tovarni sotishda sotuvchi tovarni o‘z hisobiga xaridor joylashgan yergacha yetkazib bersa va yana tovarni transportirovka qilish paytida tovarga yetkazilgan zararlarni o‘z hisobiga sug‘urtalasa, u holda sotuvchi tovarni xaridorga oddiygina yetkazib berishdan tashqari, tranportirovka qilish va sug‘urta qilish xarajatlarini ham o‘z zimmasiga oladi.

Tomonlar bu barcha majburiyatlarni qaysi tomon olishi yoki o‘zaro taqsimlab olishi haqida kelishib olishga haqlidir. Bir tomonga tovarni tashish bo‘yicha majburiyat va xarajat yuklatilsa, ikkinchi tomonga transportirovka paytida tovarni sug‘urtalash majburiyati va xarajatlari yuklanadi. Yetkazib berishning bazis shartlarini belgilab beruvchi xalqaro standartlar mavjud. Bunday tizim Respublikamizning ichki bozorida hali ancha kam qo‘llaniladi. Ko‘pincha ichki shartnomalarda O‘zbekiston an‘analariga mos keladigan, biroq tushuncha va shikoyat huquqiy ma‘noda uncha aniq bo‘lmagan tomonlar majburiyatlari qo‘llaniladi.

1. *Tovarni yetkazib berish shartlari* – o‘zi olib chiqib ketadi, ya‘ni barcha xarajat va majburiyatlar xaridor zimmasiga yuklatiladi.

2. *Tovarni yetkazib berish joyi* – Toshkent shahri, ya‘ni tovarni tashish bilan bog‘liq barcha majburiyat va xarajatlar sotuvchi zimmasiga yuklatiladi.

Shartnomani bunday shakllantirganda sug‘urta shartlari bo‘lmaydi. Yetkazib berishning xalqaro tizimining bazis shartlarida *birinchidan*, aniq va ravshan huquqiy dalillar yotadi. *Ikkinchidan*, u tomonlar o‘rtasida nafaqat tashish bo‘yicha majburiyatlarni, balki tashish paytida tovar sug‘urtasi bo‘yicha majburiyat va xarajatlarni o‘zaro taqsimlab olishni nazarda tutadi.

Eng ko'p tarqalgan yetkazib berishning shartlari: SIF, FOB, KAF, FAS baholardir. Bunday shartni belgilash dengiz transportlarida yuzaga kelgan, biroq hozir u nafaqat dengiz orqali tashishda, balki boshqa barcha turdagi transportlarda tashishda ham qo'llaniladi.

SIF baho (cif - *cost, insurance, freight, inglizcha* qiymat, sug'urta, fraxt so'zlaridan olingan) bo'yicha shartnoma tuzilganda quyidagilar nazarda tutiladi, ya'ni sotuvchi quyidagilarni amalga oshirishini ko'zda tutadi:

- xaridorga tovarni jo'natadi;
- o'z hisobidan tovarni tomonlar o'rtasida kelishilgan ma'lum bir joygacha tashib berishni, yetkazib berishini amalga oshiradi;

- tovarni tashish davri uchun sug'urtalaydi.

Shu munosabat bilan *sotuvchi va xaridor majburiyatlarini* ajratib o'tish mumkin. *Sotuvchi quyidagilarni amalga oshirishi shart:*

- tomonlar o'rtasida kelishib, belgilangan nuqtagacha tovarni yetkazib berish uchun transport vositasini sug'urtalash;

- tovarni kelishilgan nuqtagacha transportirovka qilish paytida o'z hisobiga, biroq xaridor foydasiga sug'urtalash;

- tovarni jo'natish joyiga o'z hisobiga yetkazib berish va fraxtlangan transport vositasining bortiga yuklashni amalga oshiradi;

- xaridorni yuklash vaqti tugagani haqida va belgilangan joyga tovarni yetkazib berish muddati haqida xabardor qiladi;

- xaridor manziliga tovarni kuzatuvchi hujjatlarni yuborish.

Xaridor quyidagilarni bajarishga mas'ul:

- tovarni kelishilgan joyda o'z vaqtida transport vositasidan tushirib, qabul qilib olish;

- o'z nomidan sug'urta kompaniyasiga tashish paytida tovarga yetkazilgan zararlarni qoplashini so'rab murojaat qilish.

FOB baho (*job - free on board, inglizcha* kema borti ustida bo'sh, erkin so'zlaridan olingan) *SIF* bahoga teskari bo'lgan shartlarni anglatadi, ya'ni xaridor tovarni tashish va sug'urtalash majburiyatlari, xarajatlarini o'zi qoplaydi, transport vositasini fraxt qiladi va sotuvchiga belgilangan joyga etib kelishi zarur bo'lgan transport turi va muddatini aytib, xabardor qiladi.

KAF baho (*caf - cost and freight, inglizcha* qiymat va fraxt so'zlaridan olingan) bo'yicha shartnoma tuzilsa, *SIF* bahoga o'xshash shartlar bajariladi, faqatgina xaridor zimmasiga yuklatiladigan sug'urta majburiyatlari va xarajatlari chiqarib tashlanadi.

FAS baho (*fac - free alongside the ship, inglizcha* kema borti yonida bo'sh, erkin so'zlaridan olingan) sotuvchi majburiyatlari quyidagilardan iborat: u yuk jo'natiladigan tomonlar kelishgan joygacha, yuk jo'natiladigan transport vositasining yonigacha yoki to'xtab turish joyigacha tovarni yetkazib beradi. Keyin esa oxirgi yuk tushirilgandan keyin majburiyat birinchi tomondan ikkinchi tomonga o'tadi.

Boshqa turdagi transportlarda tashishning bazis shartlarini belgilashda **«franko»** tushunchasi ham qo'llaniladi. Agar tomonlar tovarni temir yo'lida tashishsa, u holda «franko» sharti bo'yicha kelishadilar. Bunda ular quyidagi shartlarni qo'llashi mumkin. Bu shartlar shuni bildiradiki, *sotuvchi tovarni vagonga yuklash majburiyatlari va xarajatini*, bir mamlakatdan ikkinchi mamlakatga o'tish chegaralarigacha tashish majburiyatlari va xarajatlarini o'z zimmasiga oladi. Bu holda javobgarlik bir tomondan ikkinchi tomonga yuk chegarani kesib o'tgandan keyingina o'tadi.

Avtomobil transportidagi tashishlarida **«sotuvchi franko ombori»** yoki **«xaridor franko ombori»** shartlari qo'llaniladi. Yukni tashishda yuzaga keladigan ixtiyoriy ko'zda tutilmagan vaziyatlar ko'rib chiqilishi shart, chunki shartnoma shartlari talqinida noaniqliklar bo'lishi tomonlar o'rtasida kelishmovchiliklarga va ortiqcha xarajatlar bo'lishiga olib kelishi mumkin.

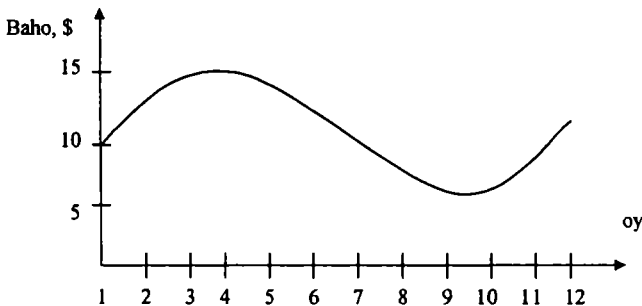
Yetkazib berishning bazis shartlariga yuqorida aytib o'tganimizdek tomonlarning tovarni tashish paytida sug'urta qilish majburiyatlari va xarajatlari kiritiladi. Yuklarni sug'urta qilish ularni tashishda *avariyalar natijasida, kemani qumga o'tirib qolishida, osilib turgan yukning tushib ketishida* va hokazolarda, uning *nobud bo'lishi va jarohatlanishi, shuningdek, o'g'irlanishi, etishmasligi, nozik predmetning buzilishi, nam tortishi, olov va portlashlar tufayli* nobud bo'lishidan keladigan zararni qoplashni ta'minlaydi.

Yukni qabul qiluvchi yoki jo'natuvchi ixtiyoriy huquqiy yoki jismoniy shaxs sug'urtalovchi bo'lishi mumkin. Qoidaga ko'ra, bu tovarni yetkazish shartlari bo'yicha sug'urta himoyasiga qiziqqan shaxslardir. Yuk sug'urtada ko'rsatilgan bahoda olinadi, biroq hujjatlarda belgilangan qiymatidan yuqori bahoda emas. Uni jo'natish joyida ham, qabul qilib olish joyida ham sug'urtalash mumkin.

Sug'urta hodisalarining yuz berishida sug'urtalovchi buzilgan, zarar yetgan yukni saqlab qolish bo'yicha, shuningdek, javobgar shaxs ustidan da'vo qilish huquqi bilan ta'minlanishi zarur. Sug'urta hodisasi natijasida yukka yetkazilgan zararlarni qoplash yukning sug'urta qiymati

atrofida, yo‘qotilgan yuk va qolgan yukning zarar ko‘rganlik darajasidan kelib chiqib qoplanadi. Yukni sug‘urtalash shartnomasi bo‘yicha kiritish miqdori yuk turi, uning joylashishi, o‘ramasi, tashish vositasi turi, sug‘urta va javobgarlik hajmi va hokazolarga nisbatan belgilanadi.

Xulosa qilib aytganda, eng samarali baho ko‘rsatkichini aniqlash uchun tovarni bozorga chiqarish vaqtini to‘g‘ri aniqlash zarur. Bu shu bilan bog‘liqlik, deyarli barcha tovarlar uchun baho yo ko‘tariladi, yo pasayadi. Agar tadbirkor o‘zini qiziqtirgan tovar bahosi o‘zgarishi to‘g‘risida shunday ma‘lumotlar yig‘sa, u taxminan quyidagi grafikni chizadi (9.3.1-chizma).



9.3.1-chizma.

Agar bunday grafik asosli, ishonchli ma‘lumotlar asosida qurilsa, u holda tadbirkor tovarni bozorga chiqarishi eng samarali bo‘lgan davr – bu martdan maygacha bo‘lgan davrdir. Avgustdan noyabrgacha bo‘lgan davr eng to‘g‘ri kelmaydigan davr hisoblanadi. Albatta, bunday ma‘lumotlarni tashqaridan ham olish mumkin. Masalan, biron bir marketing firmasidan, lekin tadbirkor o‘z tajribasidan ham voz kechmasligi kerak.

9.4. Oferta – shartnoma tuzishning bir shakli sifatida

Ixtiyoriy shartnomani tuzishdan oldin tomonlar muzokara olib borishadi, u og‘zaki shaklda bevosita tomonlar uchrashuvi yoki yozma shaklda bo‘lishi mumkin. Tadbirkorlikning xalqaro aloqalariga kelsak, bunda xorijiy sherikning milliy xususiyatlari hisobga olinishi zarur.

Muzokaralarning yozma shaklda olib borilishi shartnoma tuzishning tashabbuskori bo'lgan tomonlardan biri shartnoma loyihasi shaklida yozma taklifini tayyorlaydi. Bu taklif *oferta* deyiladi. Tadbirkorlik faoliyatida oferta bir tomon shartnomani loyiha shaklida boshqa tomonga taklif qilishini bildiradi va u tayyor loyiha bilan muzokara olib boradi. Albatta, oferta deb ixtiyoriy shartnoma loyihasi emas, balki loyihaning bir tomonlama imzolangan shakliga aytiladi. Ofertani jo'natgan tomonga *oferent* deyiladi.

Albatta, agar meni tovarni sotish zaruriyatim bo'lsa, biroq uni kim xarid qilishi haqida aniq ma'lumotga ega bo'lmasam, uni biron bir shaxsga yoki birdaniga bir qancha potensial xaridorlarga aynan bir partiya tovarni ularning biri mening tovarim bilan qiziqib qolishi umidida shartnomani bir tomonlama imzolab jo'nataman. Xat jo'natilgan tomonlar umuman javob bermasligi mumkin yoki oferta, ya'ni shartnoma loyihasini imzolab, mening manzilinga qayta jo'natishi mumkin. Agar u ofertani imzolab mening manzilinga jo'natsa, u holda bizning o'rtamizda shartnoma tuzilgan sanaladi.

Shu sababli ofertaning *qat'iy va erkin oferta turi* farqlanadi. Qat'iy oferta faqat birgina manzilga jo'natiladi va quyidagi shartlar bajarilganda shartnomaga aylanadi:

- 1) boshqa tomon, ya'ni xaridor tomonidan imzolanganda;
- 2) u oferent manziliga qayta jo'natilganda;
- 3) u oferent tomonidan qabul qilinib olinganda.

Faqatgina yuqoridagi uchta shartlar bajarilganda oferta shartnomaga aylanadi.

Ta'kidlash kerakki, har bir oferta muayyan muddatga ega va odatda qat'iy oferta jo'natilgandan keyin 30 kungacha amal qiladi. Demak, yuqorida qayd etilgan har uchala shart 30 kunning ichida amalga oshishi kerak.

Erkin ofertada ham yuqoridagi talablar amal qiladi, faqat unda bitta taklif, ya'ni oferta bir nechta manzillarga jo'natiladi. Ammo, erkin oferta shartnomaga aylanishi uchun sotuvchi uchta shart bajarilib, xaridor tomonidan o'z manziliga qayta jo'natilgan ofertani qabul qilgandan keyin, haqiqatan ham uni shartnoma sifatida tan olishini tasdiqlab, xaridorga jo'natganidan keyin oferta shartnomaga aylanadi.

Ofertaning ko'rsatilgan muddati o'tgandan keyin sotuvchi, ya'ni oferent u bo'yicha javobgar bo'lmaydi. Shu sababli ham ofertada har bir shartni aniq va ravshan ko'rsatish talab qilinadi.

9.5. Tadbirkor tomonidan shartnoma shartlarining shakllantirilish xususiyatlari

Shartnoma matnini tayyorlashda tadbirkor har bir bandni qunt va diqqat bilan qarab chiqqan holda uni amalga oshirish to'g'risida qaror qabul qilishi lozim. Jumladan, shartnoma predmetini aniq va ravshan ko'rsatishi kerak. Masalan, «Oldi-sotdi bitimi» deb yoziladigan bo'lsa, sotuvchi muayyan miqdordagi tovarni xaridorga yetkazib berish, xaridor esa mazkur tovarni o'z vaqtida qabul qilish va pulini o'z vaqtida, aniq to'lash majburiyatini oladi. Shuni alohida ta'kidlash kerakki, shartnomada tovarlarning o'lchov birliklari juda aniq ko'rsatilishi kerak. Masalan, xalqaro tijorat amaliyotida ayrim tovarlar metrlarda, metr kublarda, tonnalarda, qoplarda, donada va h.k. o'lchanadi. Aytaylik, xalqaro tijoratda qahvani o'lchov birligi sifatida qop tushunchasi ishlatiladi, ammo qopning o'lchov birligi dunyo mamlakatlari bo'yicha farqlanganligi sababli, shartnomada qopning qaysi davlat o'lchovidagi qopda ekanligi aniq ko'rsatilishi kerak. *Masalan, Braziliyada qop deganda 60 kg, Gaitida 84 kg bo'lgan og'irlik* tushuniladi. O'zbekistonda ham asosan, qop deganda, aytaylik, shakar yoki un mahsulotlari asosan *45-50 kg og'irlikda* deb tushuniladi.

Agar oldi-sotdi qilinayotgan tovar katta hajmda bo'ladigan bo'lsa, u holda shartnomada «*atrofida*» degan izoh ishlatiladi va bunda ko'rsatilgan miqdordan u yoki bu tomonga og'ishlarga, chetlanishlarga ruxsat beriladi. Ammo, bu yerda ham tovarlarning turiga qarab, mumkin bo'lgan og'ish chegaralari beriladi. *Masalan, odatda $\pm 10\%$ gacha chetlanishga ruxsat beriladi, lekin don mahsulotlari uchun $\pm 5\%$, qahva bo'yicha $\pm 3\%$, kauchuk bo'yicha $\pm 2\%$, yog'och va torf bo'yicha $\pm 10\%$ gacha ko'rsatilgan miqdordan chetlanishga ruxsat etiladi.*

Shuningdek, shartnomada tovarning miqdori qaysi og'irlik o'lchovida qabul qilinadi, ya'ni yuklash joyining o'lchovi bo'yichami yoki yukni tushirish joyining o'lchovi bo'yichami. Buni yuk tushirilgan paytda temir yo'l, avtotransport yoki port vakillari bajarishadi.

Tovar qabul qilinganda uning miqdorini tekshirishda tashuvchi tovarning *tabiiy yo'qolishini* hisobga olishi zarur. Tabiiy yo'qotish uchun javobgarlik odatda sotuvchi va xaridor o'rtasida teng taqqoslanadi. Bu maqsadda tovar oldi-sotdi shartnomasida *franshizani*, ya'ni imtiyozni yozib qo'yiladi. Bu shu haqdagi kelishuvki, bunda sotuvchi faqat tashish jarayonida etishmayotgan va shartnomadagi umumiy miqdorning 1,5-3%gacha bo'lgan tovarni yetkazib berishni

o'z zimmasiga oladi. Tabiiy yo'qotish esa xaridor zimmasiga yuklatiladi. Bu shartlarni shakllanishiga misol keltiramiz.

1. Tovar miqdori

1.1. 300 tonna paxta tolasini sotuvchi yetkazib berishni, xaridor esa uni qabul qilib olishni o'z zimmasiga oladi.

1.2. Sotuvchiga 3% ga ko'p yoki kam miqdorda paxta tolasini yetkazib berish huquqi berilgan, u shartnomaning 1.1 bandida keltirilgan.

Bu shartga *«Yukni yuklash va tushirish haqida ma'lumotnoma»* deb nomlanuvchi va shartnomaning alohida bandi sifatida keltiriladigan, shuningdek, «tovar miqdori» yoki «yetkazib berish muddati» shartlarining tarkibiga kiritiladigan shartlar kiradi.

Sotuvchiga xaridor yukni tushirish vaqtini shartnomada belgilangan tovarni yetkazib berish muddatidan 30 kun oldin kech qoldirmay berishi zarur. Temir yo'l va avtomobil tashishlarida sotuvchi xaridorni tovar tushirilishi haqida tushirishdan 5 kun avval kechiktirmasdan xabar qilishi zarur.

Ma'lumotnomada tushirish muddati, tovar nomi va miqdori, vagon raqami, temir yo'l yoki avtotransport vositasi raqami keltirilishi zarur.

Ma'lumotnoma quyidagilarni o'z ichiga oladi: *kema yoki temir yo'l poyezdi, vagoni nomi, uning jo'nab ketish sanasi, yetkazib berish kelishilgan temir yo'l stansiyasi, port, tovar nomi, shartnoma raqami, joylar soni, brutto og'irligi, tovar miqdori va h.k.*

Xaridor sotuvchi tomonidan yuklash shartlari buzilganda o'z vaqtida yetkazilmaganligi uchun sotuvchidan tovar partiyasi qiymatining 0,5 foiziga teng miqdorda jarimani to'lashini talab qilishi mumkin va aksincha. Har bir kechikkan kun uchun jarima to'lanadi, shuningdek, yuklashni o'ttiz kunga kechiktirsa, xaridor tovar partiyasini olishdan voz kechishi va yuqorida ko'rsatilgan jarima miqdorini sotuvchidan talab qilishi mumkin va aksincha.

Shartnomada tovarning sifati shartini shakllantirish o'zining va bozorga raqiblar tomonidan chiqarilgan yoki tovar bozorida amal qilgan o'rtacha tovarning sifat xususiyatlari taqqoslanish tahlili natijalaridan kelib chiqadi. Bunda ikki tomon ham shartnomada tovarning sifat ko'rsatkichlarini belgilash usulini tanlashi muhimdir. Tomonlarning usulni tanlashi ularning xohishiga, biroq shuningdek, tovar turiga ham bog'liq, sababi har bir tovar unga baho beruvchi sifat xususiyatlariga ega. Misol uchun, paxta tolasini shartnoma predmeti qilganda tomonlar

paxtadagi namlik yoki uning ifloslanganlik darajasi miqdori haqida gaplashishadi, aynan shu berilgan tovarni sifat xususiyati bo'ldi. Ko'pincha shartnomalarda quyidagi shakldagi shartlar ham qo'llaniladi:

1. *Tovar ma'lum bir savdo markasiga ega bo'lishi zarur.* Biroq shuni ham ta'kidlash kerakki, birinchidan tovarlarga jiddiy savdo markasini qo'llashning bunday shakllanishi, ikkinchidan savdo markalari o'zlari tovar sifatida chiqishi mumkin, ya'ni sotilishi va sotib olinishi mumkin. Deylik, Gonkongda ishlab chiqarilgan tovar «Adidas» savdo markasiga ega bo'lishi mumkin. Agar xaridor savdo markasini xarid qilgan firmada ishlab chiqargan tovarni yetkazib berilishini istamasa, u holda shartnomaga quyidagilarni kiritishga harakat qiladi. Tovar «Adidas» firmasining savdo markasiga ega bo'lishi va «Adidas» firmasiga tegishli korxonalarining istalgan birida ishlab chiqarilgan bo'lishi shart.

2. *Tovarning sifat xususiyatlari standartlarga mos bo'lishi shart.* Bu holda tomonlarning asosiy vazifasi «standart» tushunchasining o'zini turlicha tushunishdan chetlanishga keltiriladi. Yaxshisi shartnomada umumiy kelishilgan standart haqida ma'lumot berilishi zarur.

2 a. *Tovar sifati sotuvchi mamlakatida mavjud standartlarga mos kelishi kerak.* Tomonlar o'rtasida kelishmovchiliklar yuzaga kelishini oldini olish maqsadida tomonlar o'z standartlarini kelishib olishlari zarur.

2 b. *Tovar sifati xalqaro standartlarga mos kelishi kerak.* Bunday holda sheriklar shartnoma predmeti bo'lgan tovar xususiyatlari uning sifatiga bo'lgan xalqaro tovar birjalarida qo'yiladigan oddiy talablardan kelib chiqqan bo'lishi kerak.

3. *Tovarning sifat xususiyatlari namunaga mos kelishi kerak.* Bunday holda sotuvchi shartnomani imzolamasdan oldin uchta namunani tayyorlaydi va taqdim etadi. Birini xaridorga, birini o'ziga, yana birini uchinchi tomonga, ya'ni nizolar kelib chiqqanda murojaat qiladigan tomonga taqdim qilishi shart.

4. *Tovarning sifat xususiyatlari uning shartnomadagi xususiyatlari bilan mos kelishi kerak.* O'ziga xoslik bu sifat xususiyatlari ko'rsatkichlari va hokazolarni aniq ko'rsatib berish hisoblanadi. U nafaqat bu tovarni ishlab chiqaruvchi uchun asos, balki sheriklar o'rtasida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan kelishmovchiliklarni hal qilish vositasi hamdir.

5. *Yetkazib berilayotgan tovar o'rtacha, yaxshi sifatga ega bo'lishi zarur.* Bu shart qoidaga asoslangan oddiy huquq kategoriyasi

kabi muomalaga kiritilgan. Demak, tovar sifat xususiyatlari bu turdagi eng ko'p tarqalgan o'xshash tovar – eng ko'p tarqalgan tovarning xususiyatlariga mos kelishi zarur.

6. *Tovar tel-kel shartlari asosida yetkaziladi*, ya'ni tovarning sifat xususiyatlari ixtiyoriy bo'lishi mumkin. Bunday tovarning xususiyati, sifati sotuvchi va xaridorga bog'liq bo'lmagan holatlardagi tovarlar uchun shartnoma tuzilganda ishlatiladi.

7. *Shartnoma bo'yicha yetkaziladigan tovar sifati ishlab chiqaruvchining texnik shartlariga mos kelishi zarur*. Bu holda xaridor avvaliga shartnoma shartlari bilan tanishib chiqadi, sotuvchining vazifasi shartnoma tuzishdan oldin xaridorga taqdim etilgan texnik shartlarga tovarning real xususiyatlari mos kelishini ta'minlashdir.

8. *Tovarning xususiyatlari xaridor talablariga javob berishi kerak*. Bu holda bunday talablar «shartnoma predmeti» shartlariga yozib qo'yiladi yoki shartnoma ilovasiga kiritiladi.

Kelishayotgan tomonlar odatda shartnoma matniga tovarning real sifat xususiyatlariga mosligi shartlarini kiritishadi. Shuningdek, real yetkazilayotgan tovar sifatini tasdiqlovchi hujjat, shuningdek, bunday hujjatni berish huquqiga ega bo'lgan tashkilot nomi ko'rsatiladi. Bunday hujjat odatda *sifat sertifikat* yoki *majburiyatlar kafolati* deyiladi.

Sifat sertifikat ishlab chiqaruvchi, sotuvchi yoki boshqa uchinchi tomondan berilishi mumkin.

Sifat sertifikat quyidagilardan tashkil topishi zarur:

1) tovarning shartnoma matnida yoki asosiy va o'ziga xos xususiyatlari keltirilishi;

2) yuklash joyi va sanasi, vagon raqami, temir yo'l yuk xati raqami va sanasi;

3) Sifat haqida guvohlik beruvchi hujjatlar bu sanitar veterinar guvoohnoma yoki sertifikat;

4) tovarning egallagan umumiy miqdori, tovarning netto va brutto og'irligi.

Tovarning bahosi shartnomaning tarkibiy qismidir. Uni aniq muhokama qilish yoki shartnoma shartlaridan kelib chiqib aniqlash zarur. Bu shartnomada son, raqam bilan ko'rsatilgan bo'lishi shart. Bitim tuzishda bir mamlakatdan tashqariga chiqishda valuta turlari kelishib olinadi, bunda valuta kurslari o'zgarishi bilan bog'liq tavakkalchilikni odatda kelishilayotgan tomonlarning biri o'z zimmasiga

oladi. Shuningdek, shartnomada uchinchi mamlakat valutasini ham qo'llanishi mumkin.

Baho ko'rsatkichini aniqlash tadbirkor strategiyasiga bog'liq. Ularga quyidagilar kiritilishi mumkin:

- *«qaymog'ini olish» strategiyasi*, bunda bozorga olib kirilgan yangi tovarga dastavval yuqori baho o'rnatiladi va asta - sekinlik bilan baho tushiriladi;

- *«bozorga yaxshi o'rnatish olish» strategiyasi*, bunda tadbirkor faoliyati asosida iloji boricha ko'proq xaridorlarni jalb qilish va bozorda arzon baho orqali o'z mavqeini mustahkamlash yotadi.

Tadbirkor baho asosiga *geografik tamoyilni* qo'llagan holda mamlakatning turli hududlarida turlicha bahoni o'rnatadi. Bu tamoyilga aksincha tadbirkor tovar tamoyilini qo'llaydi, bunda tovar xaridoriga «franko vagon» shartlarida beriladi va tashish harajatlari xaridor tomonidan qilinadi. Bu tamoyil ba'zan *yagona baho usuli* deb ham yuritiladi.

Bahoni aniqlashda quyidagi ikkita chetlanishlardan ehtiyot bo'lishi zarur:

- *juda yuqori baho*, asosan bu agar ma'lum bir chetlanishlarni belgilaganda ichki bozordagi baholarga tegishli;

- *ancha past baho*, bunday tendensiya ko'pincha tashqi bozorlarga chiqishda kuzatiladi.

Chunki birinchi holatda ham ikkinchi holatda ham monopoliyaga qarshi va dempingga qarshi qonunchilik ta'sir doirasiga tushib qolishi mumkin.

Demping baho – bu tovarning normal qiymatidan va hatto ayrim hollarda tannarxidan ham past bo'lgan baho, pasaytirilgan bahodir. Antidemping choralari odatda, tovarning normal qiymati va uning pasaytirilgan bahosi o'rtasidagi farqqa teng bo'lgan antidemping bojlarini undirishni nazarda tutadi.

Baho ko'rsatkichini aniqlashda tadbirkor albatta quyidagilarni farqlashi zarur:

- *taklif bahosi* – bu odatda ofertada ko'rsatiladigan baho yoki sheriklar muzokarani boshlaydigan bahodir, kelishilgandan keyin shartnoma bahosi belgilanadi;

- *talab bahosi* – bu iste'molchi bozorida shakllanadigan baho yoki xaridor talab uchun talab qilgan bahodir.

Baho shartlarining shakllanishi dastavval shartnomada bahoni biriktirish usulini tanlashni nazarda tutadi. Bunday usullar orasida quyidagilarni ajratish mumkin:

- «qat'iy baho» usuli;
- «bazis baho» usuli.

Odatda, korrelatsion bog'lanishning bunday usuli ustama va chegirmalarni, real yetkazib beriladigan tovar sifati yaxshilanishi yoki yomonlashishini mos holda shartnomada belgilaydi.

Xalqaro tijorat amaliyotida bu baho korrelatsiya usuli quyidagi nomlarni olgan:

- *bonifikatsiya* – sifat yaxshilangani uchun bahoga ustama;
- *refaksiya* – sifat pasayganligi uchun bahodan chegirma;
- *sirg'anuvchi baho metodi* – unga ko'ra shartnomada bazis baho darajasi va real bahoni chetlanish chegaralari ko'rsatiladi.

Shuningdek, tadbirkor doimo quyidagi tushunchalar bilan duch keladi:

- *ulgurji baho*, ya'ni tovarni odatda ishlab chiqaruvchi tomonidan vositachilarga yoki boshqa korxonalariga sotadigan bahosi;
- *crakana baho*, bu kichik hajmlarda iste'molchilarga sotiladigan baho.

Tadbirkor albatta o'z faoliyati davomida ma'lumotnomada keltirilgan baho, normal baho, o'rtacha jahon baholarini ham qo'llaydi.

Shartnoma bahosi bahoga chegirmalar bilan ham o'zgartirilishi mumkin, ular ichida eng ko'p quyidagilar qo'llaniladi:

- naqd pul to'laganlik uchun chegirma, xorijda «2/10 netto 20» sharti qo'llaniladi. Bu to'lov 30 kun ichida amalga oshirilsa, sotuvchi to'lov miqdorining 2 foizini chegirib tashlaydi;
- tovarning ko'p miqdoriga chegirma, bittadan ortiq miqdorda yirik (*avtomobil, kema, samolyot*) ayrim tovarlar uchun 10 ta, 100 ta, 1000 ta tovar sotib olishda chegirma qilish.

Ko'pincha sotuvchi xaridorga tovar miqdoriga bog'liq chegirmalarni qo'llaydi. Masalan, tovar bahosi 10 \$ bo'lsa va bu 100 tadan kam xarid qilganda belgilansa, 100 tadan ko'p xarid qilinsa 8 \$ bo'lishi mumkin. Bu chegirma shakli progressiv chegirma deyiladi, bunda sotuvchi xaridorga ancha ma'qul bo'lgan baholarni taklif qilib ko'proq tovar xarid qilishga undaydi.

Bonus – mukofotli yoki maxsus chegirma, odatda, doimiy sheriklarga yoki sotuvchi muayyan shaxsga o‘z mahsulotini sotishdan manfaatdor bo‘lgan shaxslarga sotganda qo‘llaniladi.

Shuningdek, *oddiy va murakkab chegirma* farqlanadi. *Oddiy chegirmalar* agar xaridor shartnoma majburiyatlarini bajarishda shartnoma shartlarini yaxshilasa, misol uchun to‘lovning kredit shakliga ko‘ra naqd pulini qo‘llasa ishlatilishi mumkin.

Murakkab chegirma deganda chegirmalarning eng kattasi tushuniladi. Tomonlarning sodda yoki murakkab chegirmani qo‘llash imkoniyati mavjudligi shartnomada keltirilishi kerak.

Bahoni belgilashda tomonlar odatda tovarning o‘rami, idishi, markirovkasi, yuklash, joylashtirish, tovarni transport vositasiga birlashtirish, turli xil yig‘ish qiymatlarini ham keltirilishi kelishib olinadi.

Ko‘pincha bu shartnoma quyidagicha belgilanadi.

Baho. Shartnomaning umumiy miqdori. Masalan:

«Joriy shartnoma bo‘yicha yetkazib beriladigan tovarlar bahosi AQSH dollarida belgilanadi va franko vagon–Xitoy–O‘zbekiston chegarasida deb tushuniladi, bunda u o‘z ichiga o‘rash, transport vositalariga yuklash va markirovka, shuningdek, sotuvchidan joriy kontrakt amal qilishi bilan bog‘liq to‘lovlarni oladi. Kontraktning umumiy summasi 107000 AQSH dollarini tashkil qiladi».

Shartnomada **to‘lov shakli** shartining shakllanishi tadbirkor uchun muhim ahamiyatga ega. Sotuvchi - tadbirkor xaridordan to‘lovni olishdan manfaatdor, xaridor - tadbirkor esa o‘z vaqtida sotuvchidan tovarni qabul qilib olishdan manfaatdor. Bu ikki maqsadni to‘lov birlashtirganligi tufayli to‘lov shaklini ko‘rib chiqishda umumiy yechim variantini topish zarur.

Agar xaridor to‘lov qobiliyatiga egaligiga ishonchi komil bo‘lmasa, u holda shartnomaga to‘lig‘icha oldindan to‘lash sharti qo‘yiladi, ya‘ni agar pul oldindan to‘lansa, tovar vaqtida yetkaziladi. Agar xaridor sotuvchining tovarni yetkazib berishiga ishonch hosil qilmasa, u holda u shartnomaga real tovar bo‘yicha to‘lovni amalga oshirish shartini kiritadi, ya‘ni yetkazib berilgan real tovarga qarab pul to‘lanadi.

To‘lovning quyidagi shakllari farqlanadi:

- *kredit shakli*, bunda tomonlar belgilangan muddatda tovar yetkazib berishi haqida va yetkazib berilgan tovarni ma‘lum muddat o‘tishi bilan pulni to‘lash haqida kelishib oladilar;

- *naqd shakli*, tomonlar to'lov yetkazib berishdan oldin yoki yetkazib berishdan keyinroq naqd holda to'lovni amalga oshirishni kelishib oladilar.

Naqd to'lovlar hisobning turli usullarida amalga oshirilishi mumkin. *Chek hisoblar* keng qo'llaniladi, xaridor sotuvchi nomiga chek yozib beradi, ya'ni belgilangan shakldagi pul hujjati – chekni bergach xaridor banki tomonidan chekda ko'rsatilgan pul miqdorini berishni buyuradi. U ham ichki, ham tashqi muomalada qo'llaniladi.

Chek hisoblar sheriklarning u yoki bu tomonga ko'proq kafolat beruvchi o'zaro aloqalar toifasiga kiradi. Cheklarni muomalaga kiritish, muomaladagi naqd pulni kamaytirish maqsadida qilingan. Cheklar foydalanishga berilishi mumkin. O'tkaziluvchi chekda uni birovga o'tkazilganligi haqidagi yozuv bo'ladi. Bunday yozuv *indossament* deyiladi.

Indossant – bu chekning foydalanish huquqini yozuv vositasida olgan shaxs.

Indossat – bu indossant tomonida chekdan foydalanish huquqini olgan shaxs.

Avalist – chek bo'yicha to'lovni kafolatlovchi shaxslar, banklar va h.k.

Cheklardan tashqari to'lov vositasi boshqa qimmatli qog'ozlar, masalan *depozit sertifikatlari* bu bankka biron bir miqdorda pul qo'yilishi bilan bank qarz majburiyatini tasdiqlovchi hujjatidir. Depozit sertifikatini olish mexanizmi quyidagichadir: Depozit sertifikatini olganda qo'yilma pul miqdoriga, boshqa bankka qo'yilmalarga ham foiz hisoblanadi. Nominal ustiga foizlarni hisoblash o'rniga depozit sertifikatini chegirmali shakli sotuvi ham qo'llaniladi.

Egasi ko'rsatilmagan depozit sertifikatlari qimmatli qog'ozlarning ikkilamchi bozorida erkin aylanishi mumkin. Ularning amal qilish muddati – odatda, 30 kundan 6 oygacha, nominal qiymati esa 10 ming so'mdan 1 mln. so'mgacha bo'lishi mumkin..

Depozit sertifikatini bir shaxsdan boshqasiga o'tkazishda uning bahosini to'g'ri aniqlash zarur. Depozit sertifikatining bahosi quyidagilarni hisobga olib aniqlanadi:

- qimmatli qog'ozlarning ikkilamchi darajali bozori hajmi;
- qarzni uzish muddati;
- xuddi shunday qimmatli qog'ozlar bo'yicha joriy foiz stavkalari.

Faraz qilaylik, depozit sertifikatini qabul qilib olishdan 3 oy o'tgandan keyin siz uni biron bir sotishga qaror qildingiz. Sotish paytida uning bahosi qanday qilib aniqlanadi. Dastlab 3 oy muddatga beriladigan depozit sertifikatining bozordagi diskont stavkasini bilish zarur.

Taxmin qilaylik, berish paytida stavka 12 foiz bo'lsin. U holda depozit sertifikatining bahosi quyidagicha aniqlanadi.

$$\text{Dep. sert. bahosi} = \text{dep.sert.nom.qiymati} - \text{diskont summa}$$

Diskont summa quyidagicha aniqlanadi.

$$\text{Diskont summasi} = \text{dep.ser.a/q mud. : 12 oy} * \\ \text{dep.sert.nom.qiymati} * \text{dis.foiz stavkasi}$$

Muddati o'tayotgan depozit sertifikatini so'ndiriluvchi qimmatli qog'ozlar egasi roziligi bilan pul ko'rinishida emas, ya'ni sertifikat berilishi bilan ham amalga oshiriladi. Ba'zi hollarda tadbirkor qo'shimcha daromad olish uchun depozit sertifikatini olishi mumkin. Tadbirkorlik loyihasini tahlil qilishda yoki ekspert bahosi berilganda tadbirkor odatda xarajatlarni diskontlashi mumkin. Bu depozit sertifikatini bahosini aniqlashda diskontlashdan farq qiluvchi faoliyat. Bunda diskontlash yakuniy summa asosida dastlabki xarajatlarni aniqlash usulini bildiradi. Bunda mos foiz normalari va diskontlash davrida diskont stavkalarini qo'llash vositalari qo'llaniladi. Diskont – bu diskontlanadigan miqdor bilan uning diskontlashdagi yakuniy miqdori o'rtasidagi farqdir.

$$\text{Diskont} = \text{oxirgi qiymat(summa)} - \text{diskontlanayotgan summa.}$$

Diskontlash farqlash zaruriyati bo'lganda amalga oshiriladi.

- 1) qilinishi mumkin bo'lgan loyihani amalga oshirish xarajatlari;
- 2) shu miqdorda daromad olish maqsadida bankka qo'yish zaruriyati bo'lganda.

Misol uchun, ma'lum bir loyihani amalga oshirish uchun 300 pul birligiga teng bo'lgan kapitalni investitsiya qilish zarur bo'lsin. Kutilayotgan daromad – 45,6 pul birligi. Loyihani amalga oshirish muddati 3 yil. Bank foiz stavkasi 20 foiz. Bundan

$$345,6 - 288 * 0,2 = 288 \text{ (pul birligi) (III yil)}$$

$$288 - 240 * 0,2 = 240 \text{ (pul birligi) (II yil)}$$

$$240 - 200 * 0,2 = 200 \text{ (pul birligi) (I yil)}$$

Demak, 345,6 pul birligiga teng bo'lgan miqdorga erishish uchun bankka 3 yil muddatgacha 200 pul birligi qo'yish zarur.

Hisob-kitoblari, shuningdek, *qarzdorlikni majburiyatini bildiruvchi qimmatli qog'oz- veksel* bilan amalga oshirilishi mumkin. *Veksel* – bu yozma qarz majburiyati bo'lib, u o'z egasiga muddati yetib kelganda qarzni bergan shaxsdan uni qaytarishni so'rash huquqini beradi. Bu kredit qurolining asosiy xususiyati uning aylanishidir. Indossament yordamida u cheksiz miqdordagi shaxslar o'rtasida naqd pul vazifasini o'tab aylanadi.

Odatda, 2 turdagi veksel farqlanadi:

1) *Oddiy veksel* – bu veksel beruvchining uni saqlovchiga muddat yetib kelishigacha vekselda keltirilgan pul miqdorini to'lashga majburiyatdir. Oddiy veksel veksel oluvchiga yozib beriladi va kreditorga to'lash majburiyatini oladi.

2) *O'tkazma veksel* yoki tratta – bu veksel tutib turuvchining to'lovchiga vekselni avvalgi egasiga vekselda ko'rsatilgan miqdordagi pulni to'lashi kerakligi haqida yozma buyruqdir.

O'tkazma veksel kreditor tomonidan yoziladi va qarzdorga qarzni to'lash majburiyatini bajarish haqida vekselda ko'rsatilgan summani uchinchi shaxsga to'lashi haqidagi buyruqni o'z ichiga oladi.

Vekselni to'lanishiga belgilangan muddatda javobgarlik quyidagilarga yuklatilgan:

- oddiy vekselning veksel saqlovchisiga;
- o'tkaziluvchi vekselning akseptanti.

Veksel bank krediti bilan aval shaklida taminlanishi mumkin. Bunday holda bank veksel bo'yicha javobgar shaxsning ta'sischisi bo'ladi. Bunday bankning ta'sischiligi vekselning orqasidagi yozuv bilan yoki unga birlashtirilgan varaqda – **allonjda** ko'rsatilishi bilan belgilanadi. Bu bank avval berilgan shaxs vekselda ko'rsatilgan miqdorni to'lay olishiga javobgardir. Bu holda fikr bankning va vekselni yozib bergan shaxsning birdek javobgarligi haqida boradi.

Bank aksepti – bu vekselni bankda hisobga olishdir. Vekselda akseptlangan degan shtamp va bankning mas'ul shaxsi imzosi qo'yiladi va vekselning kelib chiqishi haqida qisqacha izoh beriladi. Bunday veksel odatda xaridorga tovarni kuzatuvchi hujjatlar yoki ombor tilxati garovga beriladi. Xaridor uni o'z o'mida tovar yetkazib beruvchiga beradi.

Ko'pincha to'lov-akkreditivdan amalga oshiriladi, agar xaridor sotuvchi bankida o'z maxsus hisob raqamini ochsa, xaridorning buyrug'i bilan amalga oshiriladigan to'lovlar shu schyot orqali qo'yiladi.

Akkreditiv – bu hisob raqamini ochgan shaxs tomonidan bankka maxsus akkreditiv xatida ko'rsatilgan shartlarni bajargan paytda jismoniy va huquqiy shaxsga pul miqdorini to'lashi haqidagi buyruq. Bank hisobining bu shakli kontragentga akkreditiv topshiriq ko'rsatilgan shartlarda tovar, ish, xizmatga shu zahotiyq majburiyatni bajarish bo'yicha imkoniyat yaratuvchi schyotdir.

Akkreditiv muomalasida quyidagilar qatnashadi:

- akkreditiv ochishni istovchi mijoz;
- akkreditiv oluvchi bank (odatda xaridor banki);
- akkreditiv ochiladigan va akkreditiv shartlari bajarilishini kuzatuvchi bank.

Bunda akkreditiv chiqargan bank emitent bank deyiladi, mijoz ega akkreditiv buyrug'i beruvchi deyiladi. Bank emitent to'lovni uning foydasiga amalga oshiruvchi uchinchi shaxs *benefitsiar* deyiladi. Bunday operatsiyani amalga oshirishda emitent banki boshqa bankka o'tkaziluvchi veksellarni sotib olish yoki hisobga olish huquqini beradi. To'lovning akkreditiv shakli sotuvchi manfaatlarida qo'llaniladi. Uni talab qilish faqat sotuvchi ma'lum darajada xaridorni qiziqtirgan tovarga monopol huquqqa ega bo'lgandagina mumkin.

Akkreditiv ochishda bank akkreditiv shakldan kelib chiqib turli xil javobgarlikka ega. Akkreditiv quyidagicha bo'lishi mumkin:

- chaqirib olunuvchi va chaqirib olinmaydigan;
- tasdiqlangan va tasdiqlanmagan;
- taqsimlanadigan va taqsimlanmaydigan;
- qoplangan va qoplanmagan;
- revolver va o'tkaziluvchi.

Akkreditiv bo'yicha to'lovlar quyidagi hujjatlarni keltirish bilan amalga oshiriladi.

1. Uch nusxadagi hisob fakturalar.
2. Yuk jo'natiladigan bekatda yozdirib olingan va xaridorning yuklash hujjatlariga mos holda yoki xaridor nomiga yozilgan barcha yuk komplekti uchun temir yo'l yuk xati nusxasi yoki avtotransport yuk xati nusxasi;
3. Tovar ishlab chiqaruvchi tomonidan berilgan yoki sotuvchining kafolat xati sifatida beriladigan sifat sertifikatining uch nusxasi.
4. Sug'urta polisi.

Akkreditivga teskari bo'lgan to'lov shakli bu *inkassodir*. Inkasso to'lov ma'lum bir hujjatlarga qarshi amalga oshiriladi. Bu operatsiyani amalga oshirishda ham sotuvchi, xaridor, sotuvchi banki va xaridor banki qatnashadi. Xaridor bunda to'lovchi deb, uning banki esa inkassalovchi yoki taqdim qiluvchi bank deb aytiladi. Xalqaro hisoblarda to'lovlar inkasso shakli bilan tartibga solinadi.

Bu to'lov shaklida banklar roli xaridor va sotuvchi o'rtasidagi hisobni amalga oshirishda keltiriladi va tovarga egalik qilish haqidagi hujjatlarni sotuvchidan xaridorga o'tkazadi. Bu shaklga ko'ra to'lov xaridor banki tomonidan amalga oshiriladi, biroq bunda quyidagilar farqlanadi:

- oldin taqdim qilinuvchi akseptli inkasso, ya'ni kelishilgan muddatda to'lovchi to'lovni amalga oshirishi zarur;

- oldin taqdim qilingan aksepsiz inkasso yoki «to'lovga qarshi hujjatlar» xaridor banki xaridorga hujjatlarni u to'lovni amalga oshirgach beriladi;

- hujjatsiz inkasso odatda muddatli bitimlarda, ya'ni tovar misol uchun havo transporti bilan jo'natilganda qo'llaniladi. Hujjat xaridorga tovar bilan jo'natiladi va yana bir nusxasi xaridor bankiga jo'natiladi.

Jahon amaliyotida to'lovlar xalqaro savdo palatasida qabul qilingan qoidalarga asosan amalga oshiriladi. Ko'pincha tadbirkorlik amaliyotida to'lovning aralash shakllari qo'llaniladi.

Oldindan to'lash. Xaridor sotuvchiga tovarning barcha qiymatini u yetkazib berilgunga qadar to'laydi. To'lovning ushbu turi xaridor uchun tovarni umuman olmaslik bilan sifatsiz tovar olish tavakkalchiligi bilan bog'liq. Agar tovar qiymatining bir qismigina to'lansa, u holda zakalat to'g'risida so'z yuritiladi.

Ochiq hisob raqamiga yetkazib berish. Sotuvchi xaridorga tovarni yetkazib beradi va unga qoidaga ko'ra hisob raqamini jo'natadi. Ko'rsatilgan miqdordagi mablag'ni xaridor shu zahotiy oq to'laydi yoki muayyan muddat mobaynida to'lovni (aytaylik 30 kun yoki 3 oy davomida) amalga oshiradi. To'lovning mazkur turi sotuvchi uchun xaridor to'lovga layoqatli bo'lmagan yoki to'lashni istamagan holatda tavakkalchilikning mavjudligi bilan izohlanadi. Tavakkalchilik darajasini shartnomaga qo'shimcha tovarga bo'lgan egalik huquqining bir tomondan ikkinchi tomonga o'tish sharti to'g'risida band kiritish orqali biroz kamaytirish mumkin.

Shartnomaning **yetkazib berish muddati** shartini shakllantirishda tadbirkor bitimning predmetini ifodalovchi tovar unga nima uchun

kerakligini aniqlash maqsadidan kelib chiqadi. Xomashyo yetishmasligi sababli uning korxonasida ishlab chiqarish jarayoni to'xtab qolish xavfi ostida bo'lsa, u holda yetkazib berish imkon qadar oldinroq amalga oshishi kerak. Agar bitim predmeti bo'lgan tovar ishlab chiqarish jarayoni normal borishi uchun tadbirkorlarga zaxira sifatida zarur bo'lsa, u holda tadbirkor tabiiyki sotuvchi yoki ishlab chiqaruvchi imkoniyatlaridan kelib chiqishi kerak.

Shartnomani tayyorlashda tadbirkor mazkur shartni shakllanishining quyidagi holatlarini qo'llashi mumkin.

1. Tovar darhol yetkaziladi. Xalqaro standartlarga ko'ra, darhol yetkazib berish deganda (agar boshqa narsa ko'rsatilmagan bo'lsa) tovarni shartnoma imzolangan vaqtdan boshlab 3 kundan 14 kungacha bo'lgan oraliqda yetkazib berish ko'zda tutiladi. O'zbekiston sharoitida hozirgacha umumqabul qilingan «*tovarlarni darhol yetkazib berish*» degan talqindagi shartnoma sharti yo'q. Shu sababli odatda darhol yetkazib berish deganda shartnoma imzolangandan keyin 7 kun ichida yetkazib berish tushuniladi. Xalqaro savdoda esa yetkazib berish sanasi sifatida konosament yoki boshqa transport hujjati (masalan, yuk xati).

Konosament – bu tovarlarni dengizda tashib berish shartnomasi, kema kapitani (yoki dengiz transport korxonasi agenti)ning yuk jo'natuvchiga tashib olib ketish uchun yuk qabul qilinmaganligi haqida tilxatdir.

2. **Yetkazib berish muddati** – ...dan kech qolmasdan (masalan, 2012-yil 1-sentabrdan). Bunday holat shartnoma sharti shakllantirilganda tovar ko'rsatilgan muddatgacha bo'lgan istalgan bir sanada (bizning misolimizda aynan shu sana ham kiradi) tovar yetkazib berilishi mumkin.

3. **Tovar ...da yetkazib beriladi** (*masalan, 2012-yilning sentabr oyida yoki 2012-yilning IV choragida*).

4. **Aniq kalendar sanasi ko'rsatiladi.** *Masalan, «...2012-yilning juft oylarida har 10-sanasi kuni butun yil davomida tovar yetkazib beriladi» yoki «... Tovar 2012-yilning 1-oktabr kuni yetkazib beriladi».*

Bunday amaliyot rivojlanayotgan, bozor munosabatlariga endi o'tayotgan davlatlarda kam qo'llaniladi.

Taraqqiy etgan davlatlardan odatda imtiyoz sifatida yetkazib berish sanasiga 2 kun muddat qo'shiladigan holatlar ko'p uchraydi. Yaponiyada nafaqat tovarni yetkazib berishning aniq sanasi bilan aniq vaqti, soati ham ko'rsatiladi. Masalan «...2012-yil 1-oktabr kuni ertalab soat 10⁰⁰ da yetkaziladi». Bunda imtiyoz vaqti 30 daqiqa bo'ladi, balki shuning uchun ham Yaponiyada juda katta omborxonalarga ega bo'lish

yoki xomashyo zaxiralarini «tog'-tog'» qilib to'plashga hojat yo'q. Bunday talqinni tomonlar har xil tushunmasliklari uchun shartnoma matnida uning tomonlar uchun talqini mohiyati keltiriladi.

5. **Maxsus muddat** izoh bilan ishlatilishi mumkin:

- tovar hosil yig'ib olingandan keyin yetkaziladi;
- tovar navigatsiya tizimi ochilgach yetkaziladi.

Bunday shaklda muddatlarni ko'rsatish albatta tomonlardan uning aniq mazmunini tushunishini taqozo etadi. Odatda shartnomaning ushbu shartini shakllantirishda tomonlar yetkazib berish muddati nima ekanligi to'g'risida o'z fikrlarini aniqlashtiradilar. *Masalan:*

«Shartnoma shartlariga ko'ra, texnologiya ko'rsatilmagan muddatda sinab ko'rilishi, o'ralishi, yorlig'lanishi va franko-vagon – Urganch shahar temir yo'l stansiyasi bo'yicha yetkazib berilishi kerak.»

Shartnomada ko'rsatilgan yetkazib berish muddati davomida texnologiya Toshkent shahri temir yo'l stansiyasidan jo'natilishi kerak. Yetkazib berish muddati sifatida xaridor nomiga Urganch temir yo'l stansiyasiga yozilgan temir yo'l yuk xati sanasi hisoblanadi.

Import tovarlarni yetkazib berishda majburiyatlar odatda quyidagi holatlarga bajarilgan hisoblanadi:

- **tovarni avtomobil transportida tashilganda** – avtomobilni tovar bilan O'zbekiston Respublikasi davlat chegarasiga kirib kelgan sanadan boshlab;

- **temir yo'lda tashilganda** – xorijiy davlatdan O'zbekiston temir yo'llari qabul qilib olgan sanadan boshlab;

- **agar tovar havo yo'llari orqali yetkazilsa** – tovarni O'zbekiston aeroporti kirish joyigacha keltirilgan sanadan boshlab;

- **dengiz yoki daryo tashuvlarida** – kemani shartnomada ko'rsatilgan portgacha kirib borgan sanasidan boshlab.

Yuqoridagi iboralar va shartlar tushunmovchiliklar kelib chiqmasligi uchun shartnoma matnida albatta ko'rsatilishi kerak.

Bundan tashqari, **mulkchilik huquqini o'tish masalasi** muhim hisoblanadi. Chunki sotilgan ko'char buyumni egalik huquqi tovarning o'zi bilan xaridorga o'tadi, agar shartnomada bu aniq ko'rsatilmasa, noxush holatlar yuzaga kelishi mumkin. Chunki xaridor tovarlarning pulini to'liq to'lamagan bo'lishi yoki to'lov muddatini juda kechiktirib yuborishi mumkin. Shuning uchun, egalik huquqini o'tish sharti aniq va ravshan holda ko'rsatilishi kerak. Agar xaridor to'lovga qodir bo'lmay qolsa, u holda shartnomada yuqoridagi shart ko'rsatilgan holatda sotuvchi uni qaytarib olishi yoki uchunchi bir tomonga sotishi mumkin

bo'ladi. Aksincha, uchinchi shaxs tovarni xaridordan «*bona fide*» (sof, halol) sotib olsa, u holda shartnomada egalik huquqini o'tish sharti keltirilmagan bo'lsa, sotuvchi egalik huquqini yo'qotadi va egalik huquqi uchinchi shaxsga o'tadi.

Shartnomada tovar o'rami va yorlig'lanishi shartini aniqlashtirish ham muhim sanaladi. O'ram asosan yordamchi tovar rolini bajaradi. Lekin ba'zan o'ram «yashirin» eksport vazifasini bajaradi, qachonki xaridorni o'ramni ichida qanday tovar borligi emas, balki o'ramning o'zi nimadan tashkil topganligini qiziqтира, ammo amaliyotda xaridorning bunday maqsadlari juda kam uchraydi. O'ramning maqsadi asosan, *reklama, tovarni himoyalash va tashishga qulaylik, yuklash-tushirish ishlariga osonlik tug'dirishi* bilan belgilanadi. O'ram qo'shimcha konteynerlar, poddonlar, qutilar, yashik va boshqalardan foydalanishni ko'zda tutadi.

Ta'kidlash joizki, *birinchidan*, tashqi o'ramni ya'ni idish tovar o'ramidan sumka, kleyonka, korobka va h.k. farqlash kerak; shuningdek, o'ram vositalari butun dunyoda yagona standartlarga keltirilgan *misol uchun, «yevropoddonlar» 800 x 1200 mm o'lchamga, poddonlar esa 1000 x 1200 mm o'lchamga ega.*

Shartnomaning ushbu shartini shakllantirishda tadbirkor juda muhim bo'lgan bir necha jihatlarga asosiy e'tiborni qaratishi kerak:

- tovar tashilishi amalga oshiriladigan transport vositasining o'lchamlarini inobatga olgan holda tovar o'ralishi kerak, chunki temir yo'lda, avtomobil transportida va suv transportida har bir mumkin bo'lgan o'ram o'rni tubdan farqlanadi;
- o'ram har qanday turdagi ziyon yetishi va korroziyalardan tovarni saqlashi kerak;
- o'ram yuklash tushirish uchun kran yoki boshqa yuk tushiruvchi texnikalarga moslashgan bo'lishi kerak;
- tashish va saqlash jarayonida buzilmasligi uchun (agar talab qilinsa) tovar konservatsiyadan o'tgan bo'lishi kerak;
- sotuvchi xaridor oldida tovarni sifatsiz o'ralganligi yoki sifatsiz konservatsiya qilganligi uchun javobgarlikka ega.

Aytish joizki, tovarlarning yuklanuvchi partiyasida nogabarit tovar o'rni bo'lsa, u holda, bu sheriklar bilan alohida kelishiladi hamda tovarning o'lchamlari, yukning og'irlik markazlari ko'rsatilgan chizmalar o'zaro almashinishi kerak.

Yorliqlash tovar o‘rami ustida qo‘yiladi va o‘z ichiga tomonlar kelishgan ma‘lumotlarni oladi. Odatda bunday ma‘lumotlarga quyidagilar kiradi:

- ishlab chiqaruvchi nomi;
- xaridor nomi;
- buyurtma nomeri (yoki shartnoma nomeri);
- o‘rash birligi nomeri (kasr ko‘rinishida beriladi, suratda partiyadan tovar o‘rinlarining soni, maxrajda esa – o‘ram o‘rining tartib raqami, masalan, 3/10 – 10 o‘rindan iborat tovar partiyasidagi uchinchi o‘rindagi tovar);

- yetkazilish joyi;
- aniq o‘lchamlar;
- tovar o‘rni bilan muomalada bo‘lishning shartli beligllari (*«ehtiyot bo‘ling – oyna», «quyoshdan yoki yomg‘irdan saqlang», «irg‘itmang» va h.k.*)

- agar tovar boshqa mamlakatlarga jo‘natilayotgan bo‘lsa, u holda o‘zbek, rus, ingliz va boshqa tillarida tovarning ishlab chiqarilgan mamlakati ko‘rsatiladi (*masalan, O‘zbekistonda ishlab chiqarilgan*);

Ayrim hollarda sheriklar tovarni o‘rashni va tashishni amalga oshiruvchi firmalar to‘g‘risidagi ma‘lumotlarni shartnoma matniga kiritishni kelishib olishadi.

Tovarni topshirish va qabul qilish miqdori va sifati bo‘yicha amalga oshiriladi, ammo topshirish-qabul qilish shaklini qarab chiqish zarur. Buning oddiy yo‘li *topshirish-qabul qilish dalolatnomasini* imzolash hisoblanadi. U holda xaridor tomonidan topshirish – qabul qilish dalolatnomasi imzolanganach yetkazib berilgan hisoblanadi. Tomonlar shuningdek, tovarni sotuvchi tomonidan temir yo‘l yuk xati va o‘rash varag‘ida miqdori, sifati, assortimenti, ishlab chiqaruvchining sifat sertifikati yoki sotuvchining kafolat xati ko‘rsatilganidan keyingina o‘zaro tovarning qabul qilingan va topshirilgan deb hisoblashga kelishib olishlari mumkin.

Tovarlarni yakuniy qabul qilish ularni xaridor omboriga kelib tushganidan keyin amalga oshiriladi. Odatda, sotuvchiga e‘tiroz bildirishi uchun ekspertiza dalolatnomasi tuzilib tekshiruv amalga oshiriladi. Tomonlar ushbu ekspertiza dalolatnomasidagi ma‘lumotlarni yakuniy va har ikki tomon uchun ham majburiy deb kelishib olishlari mumkin.

Ko‘pchilik hollarda tovar shartnomadagi ko‘rsatiladigan sifatiga mos kelmasa, u holda shartnoma matnida xaridor tomonidan tovarni sotuvchiga qaytarib yuborish imkoniyati hamda sotuvchi tomonidan

ma'lum muddat ichida tegishli sifatga ega bo'lgan o'xshash tovarni yetkazib berish majburiyati ko'rsatilgan matn, kiritilishi shart.

Shartnomaning jarima sanksiyalari bo'limida tomonlar shartnomadagi ko'rsatilgan majburiyatlarni umuman yoki qisman bajargan tomonga nisbatan qo'yiladigan jarimalar xususida kelishib oladilar. Har bir shartnoma xususiyatidan kelib chiqqan holda qoida buzilishlar mazmuni, mohiyati turlicha bo'lishi mumkin.

Jarimalar odatda aniq bir qiymatga nisbatan foizlarda belgilanadi. Bunda jarima miqdorining umumiy yig'indisi shartnoma qiymatining 5 foizidan 8 foizigacha bo'lishi mumkin. Ko'pincha jarima xaridorning o'ziga zarur tovarni shartnomada ko'rsatilgan muddatda olib bo'lmasligidan qo'rqayotgani uchun qo'llaniladi. O'z muddatida olinmagan tovarlar xaridor uchun bevosita yo'qotishlarni yoki boy berilgan foydani bildiradi.

Shuningdek, shartnomalarda **fors-major, arbitraj va boshqa shartlari** keltirilishi shart.

Fors-major deganda tomonlarning xohish istaklariga bog'liq bo'lmagan, tomonlardan birining yoki har ikkalasining o'zlariga yuklatilgan majburiyatlarni bajarishlariga imkon bermaydigan, yengib bo'lmaydigan kuch bilan bog'liq holatlar tushuniladi. Bunday holatlar deganda *yong'in, tabiiy ofat, harbiy - operatsiyalar, qamal, eksport yoki importni cheklash* va h.k. tushuniladi.

Shartnomada bunday holat yuzaga kelganda u bartaraf etilgunga qadar majburiyatlarni amalga oshirish muddati kechikishini tomonlar o'zaro kelishib oladilar. Agar bunday holat uzoq vaqt davom etsa (masalan, 3-6 oygacha) u holda tomonlar shartnoma bo'yicha o'z majburiyatlarini bajarishdan voz kechishlari to'g'risida kelishib olishlari mumkin. Bunday holda hech bir tomon ikkinchi tomonning zararlarini qoplash huquqiga ega bo'lmaydi.

Arbitraj – bu bahs munozarlarni qarab chiqish tartibidir. Shartnoma matnida arbitraj tartibi, bahsli holatlar yuzaga kelganda murojaat qilinadigan arbitraj tashkiloti bo'yicha ma'lumotlarni tomonlar keltirib o'tishlari kerak bo'ladi.

Boshqa shartlar bo'limda tomonlar olingan tovarlarni qayta sotishni taqiqlash to'g'risidagi (ayniqsa eksport qilingan tovarlarni) kelishuvlarni, shartlarni keltirib o'tadilar. Shuningdek, ushbu bo'limda tomonlar reeksport qilingan tovarlar, yorlig'i, savdo belgisi o'zgartirilganligi aniqlangan holatlarda qo'llaniladigan jarimalar

miqdorini ham kelishib oladilar. Odatda, bunday jarimalar umumiy tovarlar qiymatining 10 foizigacha bo'lishi mumkin.

Shartnoma matni oxirida teng kuchga ega bo'lgan shartnomaning imzolangan nusxalari soni to'g'risida ham maxsus yozuvni qayd qiladilar. Masalan: «Ushbu shartnoma 2 ta nusxada imzolangan holda tuziladi» yoki «ushbu shartnoma 4 ta nusxada: 2 ta rus tilida va 2 ta o'zbek tilida imzolangan holda tuziladi».

Shartnomalarni tuzish amaliyoti nafaqat shartnomaning matnini tayyorlash texnikasi malakalariga ega bo'lishni talab qiladi, balki shartnoma tuzish bu avvalo, sherik yoki mumkin bo'lgan sherik bilan ishbilarmonlik ruhiyatida, axloqiy qoidalari doirasida muomala qilishni anglatadi. Bundan tashqari, ko'pincha xususiy tadbirkor o'z sheriklari bilan muzokara olib borar ekanlar, avvalo etiket muammolari bilan duch kelishadi.

Mavzuga oid tayanch iboralar

Shartnoma, shartnomaviy huquq, ta'sis shartnomasi, tadbirkorlik shartnomasi, preambula, shartnomaning umumiy va o'ziga xos shartlari, firma nizomi, firma ta'sischisi, nizom jamg'armasi, yuridik shaxs, obyektiv baho, raqobatlashuv varag'i, yetkazib berishning bazis shartlari, SIF, FOB, FAS, KAF, Franko, oferta, qat'iy va erkin oferta, tel-kel, sifat sertifikat, dumping talab bahosi, bonifikatsiya, refaksiya, veksell, chek, depozit sertifikat, dikont, akkreditiv, inkasso, konosament, o'rash, yorlig'lash, topshirish-qabul qilish dalolatnomasi, jarima sanksiyalari, fors-major, arbitraj.

Mavzuni o'rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. Dastlabki shartnomaviy huquq bo'yicha ish qaysi davlatda va nechanchi yilda sudqa qarab chiqilgan?

2. Ta'sischilik foydasi nima?

3. Shartnomaning umumiy va o'ziga xos shartlariga nimalar kiradi?

4. Sif, fob, kaf, fas baholar bo'yicha tovarlar yetkazib berishning o'xshash va farqli tomonlarini ko'rsatib bering.

5. Raqobatlashuv varag'i nima?

6. Oferta va uning mohiyati, turlari haqida so'zlab bering.

7. Bonifikatsiya va refaksiya nima?

8. Tovar uchun to'lovlarni amalga oshirish turlari to'g'risida nimalarni bilasiz?

9. Tovarning o'rami va yorlig'lanishi, ularning o'ziga xos xususiyatlari nima?

10. Fors-major va arbitraj nima?

X bob. TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA MENEJMENT VA MARKETING

10.1. Tadbirkorlik faoliyatida menejment va marketingning mohiyati

O'zbekistonda dastlabki tadbirkorlik faolligining boshlang'ich yuksalish davrida biznesmenlarning marketing bilan juda katta qiziqishlari kuzatildi. Marketing tamoyillari bilan tanishish yoki shu tamoyillarni o'rganib olish deyarli o'z-o'zidan muvaffaqiyatga, omadga olib kelishi mumkin deb shu davrda ko'pchilik tasavvur qilgan edilar. Ammo bu hozirgi O'zbekiston ishbilarmonlari marketing tamoyillarini o'rganishga intilmasliklarini va o'z faoliyatida ishlatmasliklarini anglatmaydi. Demak, bu holat his-hayajon bilan emas, balki tashkilot yoki alohida savdo-sotiq tuzilmalari doirasida ishlab chiqarishni tashkil etishga, shu marketing konsepsiyalari unsurlarini anglab olish o'z tasavvurini o'tkazish mumkinligi bilan izohlanadi.

Shu bilan birga, quyidagicha izoh berishimiz lozim. Har qanday savdo-sotiq tuzilmalari amaliy faoliyatida ayrim tadbirkorlik jarayonlarining qismlari orasidan aniq chegara o'tkazib bo'lmaydi. Masalan, agar biron bir firma faoliyatini kuzatsak, qayerda marketing tamom bo'ladi va qayerda menejment boshlanishini aytib bo'lmaydi. Shu bilan birga iqtisodiy tahlil darajasida shunday faoliyatning ayrim qismlarini ajratib olish mumkin. Bunda firma ishini tahlil qilish uchun siz quyidagi savollarga javob berib ko'rasiz:

- biz ko'rayotgan firmada qanday boshqaruv tizimi ishlatilyapti va uning samaradorligi qanaqa? Firmada bundan ham samarali boshqaruv tizimiga o'tish imkoni bormi?

- tovar qanday qilib iste'molchilarga yetib boradi va bunda iste'molchining ehtiyojlari e'tiborga olinadimi?

Birinchi guruh savollarni boshqaruv faoliyatining menejment tizimi tahlilini o'tkazishga intilish deb tavsiflana bo'ladi.

Ikkinchi guruh savollar firmada marketing faoliyatini yo'lga qo'yishni tushunish, istak va xohishlarimiz bilan bog'liq.

Bozorning murakkablashuvi va raqobatni kuchaytirish natijasida har qanday ishlab chiqaruvchi ishbilarmonlik faolligini tashkil etishga yo'naltirilgandagina mustaqil marketing paydo bo'ladi.

Shunday qilib, marketing kasbiy faoliyat sifatida maydonga chiqishi mumkin:

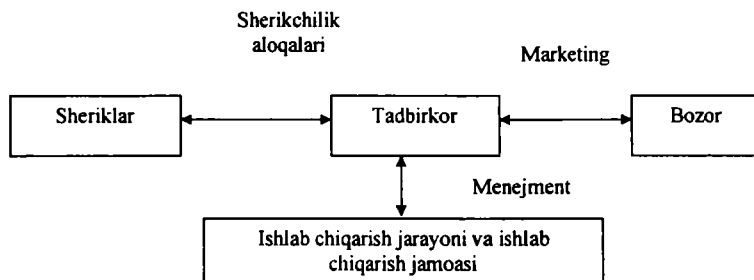
A) marketing kursi bo'yicha o'qitishni amalga oshiruvchi o'qituvchi sifatida;

B) marketing faoliyati bo'yicha amaliy va ilmiy tavsiyalarni tayyorlash, umumlashtirish, o'rganish bilan shug'ullanuvchi ilmiy xodim sifatida;

V) shartnoma asosida marketing tadqiqotlarini olib boruvchi yoki ishlab chiqarish tuzilmasida marketing bo'limlarining vazifasini zimmasiga oluvchi vositachi firmaning amaliyotchi xodimi sifatida;

G) bu yo'nalishga javob beruvchi yoki marketing bo'limida ishlaydigan ishlab chiqarish tuzilmasining amaliy xodimi sifatida va h.k.

Tadbirkorlik faoliyatining asosiy yo'nalishlari chizmasiga murojaat qilamiz (10.1.1-chizma).



10.1.1- chizma. Tadbirkorlik faoliyatining asosiy yo'nalishlari.

Shu chizmani boshqa, ya'ni jadval ko'rinishida ham ko'rsa bo'ladi (10.1.1-jadval).

Tadbirkorning ishbilarmonlik faolligini tashkil etish tizimi

10.1.1.-jadval

Ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish	Menejment	Marketing	Sherikchilik aloqalari
Texnologiya Yangi tovarlarni	Personalni boshqarish	Ma'lumot Bozor holati	Tahlil Yangi

o'ylab topish Tanlangan sohada ilm-fan, texnika rivojlanish darajasini nazorat etish	Moliyani boshqarish Resurslarni boshqarish Sifatni boshqarish	Iste'molchi talabi Reklama rejalashtirish	sheriklarni yoki sherikchilik shakllarini izlash
--	--	--	---

Bunday chizmadan kelib chiqqan holda, o'zini tadbirkorlik sohasida faoliyat ko'rsatishga tayyorlayotganlar o'quv kursining tuzilishi haqida muayyan xulosa chiqarishi mumkin (10.1.2-jadval).

Tadbirkorlik faoliyatining nazariyasi va amaliyoti o'quv kursining tuzilishi

10.1.2-jadval

Tarmoq iqtisodiyoti	FIRMA NAZARIYASI				
Texnologik kurslar (<i>ishlab chiqarish ixtisosligi bo'yicha</i>)	<i>Menejment</i>	<i>Huquq</i>	<i>Marketing</i>	<i>Sherik- chilik</i>	<i>Xo'jalik faoliyatini ng hisobi va tahlili</i>
Kichik profilli Ixtisoslashuv- da va tarmoqda ilmni rivojlantirish istiqbollari va darajasi	Strategik, Personalni boshqarish, Moliyaviy, Resurslarni boshqarish, Sifatni boshqarish, rejalashtirish, Boshqaruvda miqdoriy usullar	Fuqaro- lik, Ma'mu- riy, Mehnat, jinoiy Shartno maviy, Tijorat	Sotsiolo- giya, psixologiya (<i>iste'molchi xulq atvori</i>), Reklama, Marketing tadqiqotlari tahlili va texnikasi	Xo'jalik aloqala- rining tahlili, Vosita- chilik	Buxgalteri- ya hisobi, Iqtisodiy tahlil va audit

Demak, tadbirkorlik bu iqtisodiy faollikning maxsus bir shakli bo'lib, u marketing va menejmentga taalluqli bo'lgan faqat nazariy bilimlarinigina emas, balki menejment va marketingga aloqador bo'lgan ko'pgina aniq muammolarni bilishni ko'zda tutadi.

10.2 Marketingning umumiy konsepsiyasi va uni tadbirkorlikda qo'llash

Eng umumiy ko'rinishda marketing tushunchasi bozorni o'rganish degan ma'noni bildiradi. Lekin bozorni o'rganish mavhum ravishda emas, balki biron bir maqsad bilan amalga oshiriladi. Ishlab chiqarish nuqtayi nazaridan marketing – bu iste'molchi uchun zarur bo'lgan tovarni ishlab chiqarilishini tashkil etish tamoyillaridir.

Sotuvchilar nuqtayi nazaridan marketing – bu ishlab chiqarilgan, tovarni sotish emas, balki iste'molchiga kerak bo'lgan tovarlarni sotish tamoyilidir.

Ishlab chiqaruvchi raqobatchilari nuqtayi nazaridan marketing – bu boshqa raqobatchi ishlab chiqaruvchilar bilan teng kurashish yoki ularni raqobat kurashida yutishga olib keladigan ishlab chiqarish va sotish faoliyatini tashkil qilish tamoyilidir.

Ishlab chiqarilgan tovar, oziq-ovqat, xizmatlarni sotishga yo'naltirilgan shu turdagi ishlab chiqarish tashkilotlarini hozirgi O'zbekiston holatida ustun ekanligini ta'kidlash mumkin. Boshqacha qilib aytganda, shunday biron bir muayyan ixtisoslik faoliyatini tanlash va shu faoliyat natijalarini ro'yobga chiqarish imkonini qidirish bilan ishlab chiqarish tuzilmalarining asosiy qismi strategiyasi yaratiladi. Sotishga yo'naltirilgan va o'z imkoniyatlarni aniqlashga asoslangan ishlab chiqarishni tashkil etish – bu iqtisodiy erkinlik va bozorni noyob tovarlar bilan to'yinishiga nisbatan shunday turdagi xo'jaliklarga o'zini ko'rsatish shaklidir.

Marketing esa bu boshqa turdagi ishlab chiqarishni tashkil etish bo'lib, u iste'molchining namoyon bo'lgan va hali qondirilmagan ehtiyojlarini qondirish uchun tovar ishlab chiqarishga asoslanadi.

Marketing bozorni butunlay to'yinishi sababli ishlab chiqaruvchilar o'rtasida raqobatni kuchayishi, ishlab chiqarish sohasiga yangi xo'jalik subyektlarining kirib kelishi qiyinlashuvi, bozorni murakkablashganini tavsiflovchi, bozor munosabatlarini rivojlanish darajasiga erishilganligini aks ettiradigan xo'jalik yuritish turi sifatida namoyon bo'ladi.

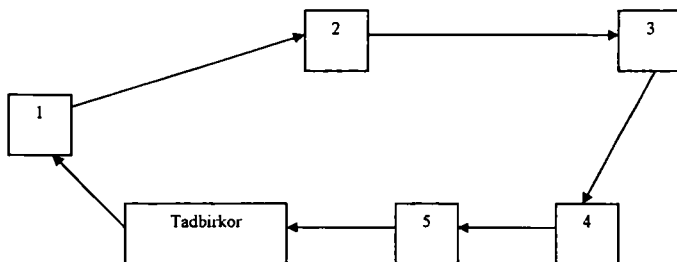
Agar shu ikki turdagi ishlab chiqarishni tashkil etish o'rtasidan chegaralash uchun chiziq o'tkazishga harakat qilib ko'rsak, quyidagi xulosaga kelishimiz mumkin:

- sotishga yo'naltirilgan ishlab chiqarishni tashkil etishda tovar ishlab chiqaruvchi o'zining tovarini sotish mumkin bo'lgan qulay bozor qidiradi;

- iste'molchining ehtiyojini qondirishga yo'naltirilgan ishlab chiqarishni tashkil etishda, tovarni ishlab chiqarishdan oldin ishlab chiqaruvchi uni sotish bozorini o'rganadi.

Marketing konsepsiyasi muayyan evolutsiyaga ega. Marketing ishi tamoyillarini o'rganish tadbirkorlar uchun katta rol o'ynaydi, chunki zamonaviy xo'jalik yuritish shakli bu yuqorida aytilgan ishlab chiqarishni tashkil etish turlarini aralashmasi hisoblanadi.

Biron bir qaror qabul qilishda bozor tizimi munosabatlari sharoitida tadbirkor bir qator ketma - ket, izchillikda ishlarni amalga oshiradi va ularni quyidagicha 10.2.1-chizmadigidek tasvirlasa bo'ladi.



10.2.1-chizma. Bozor sharoitida tadbirkorning harakatlar mantiqi.

Bu yerda: 1. Tadbirkorlik g'oyasining vujudga kelishi; 2. Tadbirkorlik g'oyasini real amaliyotda qo'llash bo'yicha ekspert baholash; 3. Bozor haqida kerakli axborotni to'plash, taklif ko'payishi mumkinligini hisobga olgan holda, g'oyaning asosida yotgan tovarning talabi va taklifi o'rtasidagi nisbatni aniqlash, agar tadbirkor shu tovarni ishlab chiqarib, bozorda sota boshlasa, shu tovar uchun bozorda taklif qilib bo'ladigan minimal bahosi, shu tovarga bo'lgan ayrim talablarni aniqlash; 4. Oldindan ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblash; 5. Olingan axborot va qilingan hisob-kitoblarga asoslangan holda ishlab chiqarishni boshlash haqida qaror qabul qilish.

Boshqacha qilib aytganda, asosan bozor holatini o'rganib, ya'ni marketing tadqiqotlari o'tkazish asosida tadbirkorda vujudga kelgan g'oyalar haqida bozor sharoitida qaror qabul qiladi.

Shu bilan birga, har qanday tovar ishlab chiqaruvchini o'z tovari doirasida vujudga keladigan holat va shu tovarni bozordagi holati

qiziqtiradi. Shu tovar bozorini rivojlantirish tendensiyalarini aniqlash samarali ravishda va darajada o'z faoliyatini rejalashtirish imkoniga ega bo'lish uchun marketingga murojaat qilish kerak.

Ma'lumki, mustaqillikdan keyin deyarli barcha iqtisodiy ta'lim yo'nalishlarida kadrlar tayyorlovchi oliy ta'lim, o'rta maxsus kasb ta'lim muassasalarining o'quv rejalariga marketing o'quv sifatida kiritildi va mana qaryib 20 yildan ortiq vaqt mobaynida o'qitilib kelinmoqda.

10.3. Tadbirkor faoliyatida menejment

Tadbirkor doimiy ravishda iqtisodiy faoliyatda ishtirok etish uchun oldin ishlatgan yuqori natija olib keladigan usullardan ham samarali yangi usullarni izlashi kerak.

Menejer – zamonaviy ishlab chiqarishda asosiy figura hisoblanadi. U olingan axborot va intuitsiyaga asoslangan holda har qanday holatda eng samarali qaror qabul qiladigan mutaxassis, rahbar va boshqaruvchi bo'lishi kerak. Shu bilan birga menejerning vazifalari oldin qaror qabul qilishdan boshlanadi:

- A) ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish bo'yicha;
- B) bozorda taktik va strategik harakat bo'yicha;
- V) sherikchilik aloqalarning yo'nalishi va samarali usullarini tanlash bo'yicha.

Ishlab chiqarishni boshqarishda ishlab chiqarishni tashkil etish bo'yicha menejer foyiati shu sohaga taalluqli hamma muammolar majmuini o'z ichiga oladi:

- *personalni boshqarish;*
- *moliyaviy menejment;*
- *sifatni boshqarish;*
- *assortimentni boshqarish;*
- *texnologik menejment;*
- *strategik menejment.*

Boshqaruv faoliyatining shu hamma jihatlari menejer ish amaliyotida uyg'unlashib ketadi.

Biz faqat boshqaruv faoliyatida asos bo'lib hisoblangan bir jihatga to'xtaymiz. Bu *personalni, xodimlarni boshqarishdir*. Dunyoda eng yaxshi yo'lga qo'yilgan ikkita boshqaruv tizimi mavjud: bular amerika - yaponcha va Yevropa boshqaruv tizimi. *Boshqaruvning Yevropacha tizimi* ishchini ishlab chiqarishga qiziqtirishdan kelib chiqadi. Bu shuni

bildiradiki, ishlab chiqarish jarayonida qatnashadigan har bir ishchi o'z vazifasini bilishi va uni sifatli bajarishga javobgarligini anglashi lozim. *Amerika-yaponcha model esa* ishchini firmaning tijorat manfaatlariga jalb qilish zaruriyatidan kelib chiqadi. Bunda ishchi albatta Yevropa tizimidagidek o'z ishini bajarishga javobgarligini angelaydi, lekin asosiysi uni firma va jamiyatdagi maqomi va moddiy ahvoli firma faoliyatining umumiy natijalaridan kelib chiqadi va uni mukofoti firmaning daromad darajasiga bog'liqligini biladi. Bunday boshqaruv modelida ishchi va ish beruvchi *«Iqtisodiy manfaatlarini to'g'ri kelishi»* tamoyili ishlatiladi, bunda jamoa ishda yuqori natijalarga erishishda ishchini maksimum harakat qilishiga undaydi (sifatni boshqarish to'garaklari, ishchini bir-biriga yaqin operatsiyalarni o'rganishga intilishi va h.k.).

Ish beruvchi va boshqaruvchi tomonidan ishlatish nuqtayi nazaridan ikkinchi model samarali va amaliy hisoblanadi. Ammo bunday boshqaruv tizimini ishlatish uchun kerakli shart-sharoitlar yaratish, boshqaruvchining o'zi muayyan malakaga ega bo'lishi kerak va asosiysi – mehnat madaniyati yuqori darajada bo'lishi talab qilinadi.

Marketingni boshqarish ham tadbirkorlikda muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki ishdagi omad menejning marketing bilan bog'liq ishlarni boshqarishga qanchalik e'tibor qaratishiga bog'liq. Ko'pincha hozirgi Respublikamiz sharoitida marketingni boshqarish oddiy ko'rinishga keltirildi. Chunki ishlab chiqarilgan yoki mavjud tovarni sotishga asoslanadi. Bunday yondashish qulay bozorni qidirish va reklama tadbirlarini o'tkazishni bildiradi. Boshqacha aytganda bunday yondashuvda menejer taxminan quyidagicha o'ylaydi:

«Men shu tovarni Toshkentga yetkazaman. Lekin, tovarni asosiy qismini Toshkentga yetkazib bo'lmaydi. Yana qayerda bu tovarga qiziqishlari mumkin? Bu borada o'tkazilgan tadqiqotlarimiz shuni ko'rsatdiki, o'rganilgan mintaqalar ichidan bu tovar Samarqandda yaxshi sotilishi mumkin. Demak, Samarqand bozorini egallash kerak».

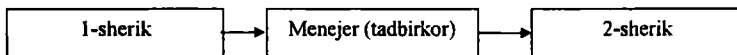
Boshqa variantni ko'rib chiqamiz:

«Biron bir tovarni sotib olish imkoniyati bor (masalan, konfet) sifati uncha yaxshi emas, lekin yetarli past (dunyo bozori nuqtayi nazaridan, balki juda past bahoda) bahoda aytaylik 1 kg –9500 so'm. Toshkentda bu tovarni sotish unchalik oson emas. Chunki bu bozorda konfetning bir necha sifatli turlari taklif qilinadi. Lekin, viloyatlarda bu tovarni aytaylik sherigimdan sotib olsam, bu konfetni 1 kg 12500 so'mga sotishim mumkin. Bu men uchun yetarlicha foydali».

Bunday yondashish asosida – avvalo, muayyan tovar uchun muayyan bozor qidirish yotadi. Ammo hozirgi marketing konsepsiyasi boshqa tamoyillaridan kelib chiqadi. Bulardan eng asosiysi muayyan olingan bir bozorga aynan kerak bo'lgan tovarni ishlab chiqarishga intilish. Bunday sharoitda menejerning harakatlari marketing o'quv kurslarida o'rganiladi.

Sherikchilik aloqalarini boshqarish menejer faoliyatida ma'lum darajada uning ishining umumiy natijalariga ta'sir qilishi mumkin, bunda shunga e'tibor qilish kerakki, nafaqat sizning o'zingiz mavjud sherikchilik aloqalarini va sheriklarni o'rganasiz, balki o'zingiz ham sheriklar tomonidan e'tibor qilish, o'rganilish obyekti bo'lib hisoblanasiz. Ushbu haqiqatni anglab olish har qanday menejer uchun juda muhim va bu sheriklar bilan aloqa qilish strategiyasi hamda amaliy taktikasini ishlab chiqishda yordam beradi.

Bunda shuni anglash muhimki, har bir menejer umumiy iqtisodiy jarayon boshqaruv tizimining alohida bo'g'inini ifoda qiladi.



10.3.1-chizma. Sherikchilik aloqalari tizimi.

Boshqacha qilib aytganda har bir menejer xomashyo, yarim tayyor mahsulot, energiya resurslari oladigan sherik bilan bog'liq, chunki u yuqoridagilar yordamida normal ishlab chiqarish jarayonini tashkil etadi. Shuningdek, u yana o'z tovarini sherigi bilan ham bog'liq, chunki u o'zida ishlab chiqarilgan tovarni unga sotadi. Ya'ni har bir menejer yetkazib beruvchi va iste'molchi bilan bog'liq.

Sheriklar aloqasini boshqarish sohasida menejerning vazifasi ikki yoqlama tavsifga ega. Bir tomondan u mavjud aloqalarni saqlab qolishga intilishi, yetkazib beruvchi va iste'molchi undan voz kechmaslik uchun intilishi ikkinchi tomondan o'z faoliyatini samaradorligini oshirish uchun har doim nafi, foydasi yuqori sheriklarni qidirishi kerak. Lekin bunda shuni esdan chiqarmaslik kerakki, menejerning o'ziga ham uning sheriklari shunday nuqtayi nazardan qarashadi.

10.4. Umumiy menejment nazariyasida logistika konsepsiyasi

Ta'minot va sotish faoliyatini boshqarish – menejment konsepsiyasida logistika yoki biznes logistikasi deb nom olgan va bu

mustaqil boshqaruv faolligini yoʻnalishi sifatida alohida soha boʻlib, ajralib chiqadi. Bu atama harbiy sohadan olingan va avvalo, u, armiyani moddiy va texnik taʼminlash degan maʼnoni bildiradi.

Menejment konsepsiyasida *logistika deganda tovar oqimlarini boshqarish usullar majmui, bir tomondan xarajatlarni minimallashtirish tushunilsa, ikkinchi tomondan taʼminot faoliyatini tashkil etish darajasini koʻtarish, tovarlar oqimi harakatining samaradorligini oshirish tushuniladi. Tor maʼnoda logistika deganda firmada quyidagi faoliyatlarni tashkil etish tushuniladi:*

A) ishlab chiqarish uchun zarur boʻlgan xomashyo yetkazib berish boʻyicha faoliyat;

B) tayyor mahsulotlarni isteʼmolchiga yetkazib berish boʻyicha faoliyati.

Umumiy logistika konsepsiyasida eng asosiy rol yagona texnologik zanjimi bogʻlovchi boʻgʻin boʻlgan transportga ajratiladi: ***taʼminot – ishlab chiqarish – sotish.***

Amaliyotda logistika konsepsiyasini amalga oshirish eng samarali tashish usulini tanlash, yoʻnalishlar va transport turlaridan tashqari quyidagi operatsiyalarni oʻz ichiga oladi:

- tashish paytidagi zararlarni kamaytirish boʻyicha tadbirlar tizimi va tovarni buzilishi, shikast yetkazilishdan saqlash;

- yuklash va tushirish ishlarini tashkil etish, bir transport vositasidan ikkinchisiga oʻtkazish;

- tovarlarni taxlash boʻyicha operatsiyalar;

- omborda saqlash operatsiyalari;

- tovar va tovar partiyalarini saralash, oʻrash va yorligʻlash (markirovka) xarajatlarini minimallashtirish;

- kerakli hujjatlarni toʻldirish va tovar oluvchi tomonga tovar joʻnatilganligi haqida xabardor qilish va borishi mumkin boʻlgan vaqtni aytish;

- tashish davrida tovarni sugʻurta qilish.

Logistika konsepsiyasida har bir xoʻjalik jarayoni subyekti u ishlab chiqaruvchi distribyutor yoki chakana sotuvchi boʻlishidan qatʼi nazar zaxiralar bilan bogʻliq xomashyo va tovar zaxiralarini eng samarali va iqtisod qiluvchi tizimni, talabga tez munosabat bildirish yoʻllarini ishlab chiqishni taqozo etadi. Masalan, bir qator mamlakatlarda chakana savdo korxonalarini zaxirasini toʻldirish tovar tarqatadigan agent bilan radio aloqa orqali bogʻlanish bilan amalga oshiriladi. Yaponiyada tovarni yetkazib berish vaqti soatlarda belgilanadi va xomashyo ishlatadigan

ishlab chiqaruvchi uchun ombor binolari va maydonlariga bo‘lgan ehtiyojni yo‘qqa chiqaradi. (Masalan, «...yuk ertalabki soat 10⁰⁰ da yetkazilishi kerak»).

Albatta, logistika konsepsiyasi samarali darajada qo‘llanilishi uchun yaxshi rivojlangan infratuzilma bo‘lishi kerak.

Mavzuga oid tayanch iboralar

Marketing, marketing strategiyasi, bozor holati, bozor konyunkturasi, marketing tahlili, menejment, personalni boshqarish, moliyaviy menejment, marketingni boshqarish, sherikchilik aloqalarini boshqarish.

Mavzuni o‘rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. Sotuv taktikasi va marketing strategiyasining farqli tomonlari nimalardan iborat?
2. Tadbikorning ishbilarmonlik faolligini tahlil etish tizimi haqida nimalarni bilasiz?
3. Menejment va uning turlari, vazifalari haqida to‘xtaling.
4. Marketing va uning tasnifi haqida nimalarni bilasiz?
5. Logistika va uning asosiy vazifalari nimalardan iborat?
6. O‘zingiz yashayotgan hududda faoliyat yuritayotgan mashhur firma misolida marketing konsepsiyasiga baho bering. Masalan, «X firma faoliyatida marketing».
7. Xodimlarni boshqarishning qanday an’anaviy va innovatsion usullarini bilasiz?
8. Moliyani boshqarish deganda nimani tushunasiz?
9. Iqtisodiyot bilan biznesning farqli tomonlari nimada?
10. Menejmentning asosiy vazifalari nimalardan iborat?
11. Marketingni tashkil etuvchi unsurlar nimalardan iborat?
12. Sizing fikringizcha mahalliy darajada marketing tadqiqotlarini o‘tkazish muhim hisoblanadimi va nima uchun?
13. Sherikchilik aloqalarining samarali bo‘lishi sizga bog‘liqmi?
14. Sheriklarni boshqarishning qanday samarali usullarini taklif qila olasiz?

15. Logistika tarmog'ini shakllantirishning tadbirkorlik faoliyatidagi ahamiyati nimalarda namoyon bo'ladi?

16. Navoiy erkin industrial zonasidagi intermodal logistika markazining respublikamiz uchun ahamiyati nimalarda ko'rinadi?

XI bob. TADBIRKORLIKDA KORXONANI TA'SIS QILISH

11.1. Korxonani tashkil etishda maqsadlarni tanlash

Biz ushbu mavzuda tadbirkorlik korxonalari, ya'ni tovar va xizmatlar ishlab chiqarish va uni iste'molchilarga yetkazish, bir yoki bir qancha o'ziga xos vazifalarni bajaruvchi ishlab chiqarish, savdo va vositachilik tuzilmalari haqida fikr yuritamiz. Tadbirkorlik korxonalari deganda, shuningdek, firma, kompaniya, assotsiatsiya, jamiyat, nashriyot va savdo uylari, brokerlik va dilerlik idoralari, birlashmalar, jamg'armalar, konsortsiumlar tushuniladi.

Shuni ta'kidlash kerakki g'arb mamlakatlarida bizning amaliyotimizdagidan farqli ravishda korxonalar va firma tushunchalari farqlanadi. Firma deganda odatda bu korxonaning faoliyatini boshqaruvchi bir yoki bir necha korxonalarga ega bo'lgan tashkilot tushuniladi. Bir qancha korxonalarga egalik qiluvchi firma o'zining tarkibidagi korxonalarning tashkiliy - huquqiy shakli, ko'pincha korxonalar turiga bog'liq holda turlicha ichki tuzilish shakllariga ega.

Korxonalar tashkil etishda har bir tadbirkor o'z harakati va maqsadlarini aniqlashga harakat qiladilar. Maqsadlar ko'pincha shaxsiy va korxonalar maqsadlariga ajratiladi. Tashqi maqsad yoki tadbirkorlik korxonani ochishga undagan, yoki biror bir aniq natijaga erishish xohishi sabab bo'lishi mumkin. Tadbirkorning shaxsiy maqsadi quyidagi istaklarda umumlantirilishi mumkin:

1. Pul topish.
2. Ijod qilish.
3. O'zini qulay his etish.
4. Hayotning tarkibiy unsurlarini muvozanatga keltirish (karyera, oila, do'stlar va h.k.).
5. Tanlangan sohada o'zini ekspert sifatida tan olishlariga erishish.

Yuqorida ko'rib chiqqan maqsadlardan 1-3 lar umumiy xususiyatga ega, bo'lsa, 4-5 lar esa tadbirkor harakatining yo'nalishini aniq ifodalaydi. Korxonalar maqsadlari shakllanishi esa ancha murakkab, biroq u aniqroq xususiyat kasb etadi. Masalan:

1. Berilgan tovarning ma'lum bir miqdorini ishlab chiqarish.

2. Berilgan tovar, mahsulot, xizmatga bo'lgan hududdagi mavjud bo'lgan ehtiyojlarni qondirish.

Tajribali tadbirkor, odatda, o'z korxonasi oldida qisqa muddatli, shuningdek, istiqbolli, ya'ni nafaqat taktikani balki korxonada faoliyat yuritishi va rivojlanishi strategiyasini ham maqsad qilib qo'yadi. Misol uchun, taktika birinchi bosqichda mebel ishlab chiqarish tashkilotini tashkil etishda foydalanish uchun dastlabki kapitalni to'lanishi bo'lishi mumkin. Har bir tadbirkor o'z faoliyatini boshlashdan oldin yoki uni amalga oshirayotganda o'ziga qulay ixtisoslikni tanlaydi. Jahon amaliyotida tadbirkorlik faoliyati sohasiga kirishning bir qancha usullari mavjud:

- o'z korxonasini tashkil etish;
- yangi korxonaning ta'sischisi hamkori sifatida maydonga chiqish;
- faoliyat yuritayotgan korxonani sotib olish yoki sotib olishda qatnashish;
- faoliyat yuritayotgan korxonaning nizom jamg'armasida sherikchilik ulushini sotib olish va h.k.

Ularning ayrimlarini alohida qilib ko'rib chiqsak.

11.2. Shaxsiy korxonani tashkil qilish

Yangi korxonani tashkil qilishda tadbirkor uchun korxonada turini tanlash muammosi yuzaga keladi. Ikki turdagi korxonalar farqlanadi:

1. O'z-o'zini boshqaruvchi firma.
2. Tadbirkorlik firmasi.

O'z-o'zini boshqaruvchi firma shunday ishlab chiqarish tuzilmasining shakli, unda jamoatchilik asosida tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq qarorlar qabul qilinadi. Bunday holda firmani boshqaruv tarkibiga ishchilar jamoasi vakillari kiradi. Korxonaning bunday shakli asosan Skandinaviya mamlakatlarida yuritiladi. Tadbirkorlik firmalari bu shunday ishlab chiqarish tuzilmasi, unda qaror qabul qilishni tadbirkor o'z zimmasiga oladi.

Shuni aytib o'tish kerakki, gap korxonada turi haqida borganda, mulkchilik shakli emas, qaror qabul qilish shakli nazarda tutiladi.

Tadbirkorlikning yangi korxonada tuzishdagi faoliyati barcha mamlakatlarda qonun tomonidan tartibga solinadi.

Shuni alohida ta'kidlash kerakki, zamonaviy sharoitlarda tadbirkorlik faoliyatlarini yuridik shaxs maqomini olmasdan ham, ya'ni korxonaga tashkil qilinmasligi sharoitida ham amalga oshirilishi mumkin.

Biroq bunday tadbirkorlik faoliyati shakllari ikki shartga javob berishi zarur:

A) U yollanma mehnatni jalb qilmasdangina amalga oshirilishi mumkin.

B) U mahalliy hukumat organlarida yakka mehnat faoliyati sifatida ro'yxatdan o'tish majburligini bildiradi.

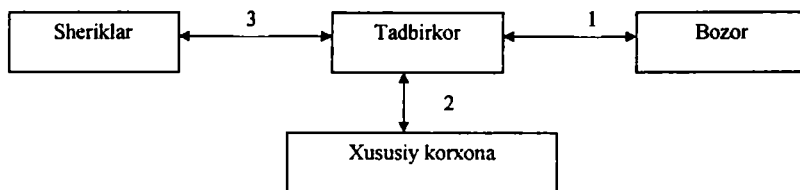
Tadbirkorlik faoliyati subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tegishli davlat organi tomonidan qonun hujjatlarida belgilangan tartibda va muddatlarda amalga oshiriladi.

Ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar ariza beruvchiga tadbirkorlik faoliyati subyekti tariqasida davlat ro'yxatidan o'tkazishni uni tashkil etish maqsadga muvofiq emas degan vaj bilan rad etishga yoki qonun hujjatlarida nazarda tutilmagan qo'shimcha talablarni belgilashga haqli emas.

Ariza beruvchini tadbirkorlik faoliyati subyekti tariqasida davlat ro'yxatidan o'tkazishni rad etganlik, shuningdek, ro'yxatdan o'tkazish muddatlarini buzganlik ustidan sudga shikoyat qilish mumkin. Ro'yxatdan o'tkazuvchi organning qarori, shuningdek, mazkur organ mansabdor shaxslarining harakatlari (harakatsizligi) sud tomonidan qonunga xilof deb topilgan taqdirda ular ariza beruvchiga ro'yxatdan o'tkazishni rad etganlik yoki ro'yxatdan o'tkazish muddatini buzganlik tufayli yetkazilgan zararining o'rni qoplaydilar va ma'naviy zarar uchun tovon to'laydilar.

Ro'yxatdan o'tkazuvchi organning harakatlarini sud tomonidan qonunga xilof deb topilgan taqdirda ariza beruvchiga ro'yxatdan o'tkazishni rad etganlik yoki ro'yxatdan o'tkazish muddatini buzganlik tufayli yetkazilgan zararining o'rni qoplanadi va ma'naviy zarar uchun tovon to'lanadi.

Korxonaning asosiy ixtisoslashuvini aniqlash bu bo'lg'usi korxonaning bozorda egallashi mumkin bo'lgan aniq joyini aniqlashdir. Malakali tadbirkor o'zi uchun bir qancha ixtisoslashuv yo'nalishlarini tanlab olishga harakat qiladi: asosiy ixtisoslashuv va ixtisoslashuvga mos faoliyatlar. Agar loyihani amalga oshirishda umidlar ro'yobga chiqmasa, u holda tadbirkor o'z faoliyati ixtisoslashuvini o'zgartirishga to'g'ri keladi.



11.2.1-chizma. Tadbirkorlik g'oyasini ishlab chiqish tartibi.

Faoliyat ixtisoslashuvini aniqlashda tadbirkor bozordagi holatni o'rganish natijalaridan kelib chiqishi mumkin. «Bu tovarga bozorda ancha yuqori talab mavjud bo'lganligi va u qondirilmaganligi tufayli men bu tovarni ishlab chiqaraman» – taxminan shunday tarzda tadbirkor fikr yuritishning mantiqiy chizmasini tuzishi mumkin (11.2.1-chizma). Keyin tadbirkor quyidagi savollarni o'z oldiga qo'yadi: «Bu tovarni ishlab chiqarish imkoniyatiga ega bo'lgan korxonani tashkil eta olamanmi» (ikkinchi yo'nalish) va «bu ishlab chiqarishni amalga oshirish uchun sherikchilik aloqalarini amalga oshira olamanmi?» (uchinchi yo'nalish). Biroq bunday mantiqiy fikr yuritishlar bozordan kelib chiqadi, ya'ni bozordagi holatni tahlil qilish natijalaridan (birinchi yo'nalish).

Korxonasi imkoniyatlari biror bir tadbirkorlik g'oyasi yoki loyihani amalga oshirish uchun zarur bo'lgan kapitalga ehtiyojni tahlil qilganimizda ma'lum bo'ladi.

Misol uchun, biz mebel yoki yog'ochdan bo'lgan bolalar o'yinchoqlarini qaysi birini ishlab chiqarishni tanlayotganimizda biz kapital miqdoriga bog'liq ravishda ularni ikkalasidan bittasini tanlashimiz mumkin. Agar bizda dastlabki kapital sifatida 100 mln. so'm olish imkoni bo'lsa, u holda, biz mebel ishlab chiqarishni tanlashimiz mumkin (aynan bunday ishlab chiqarishni amalga oshirish uchun shuncha miqdorda kapital zarur); agar biz faqat 10 mln. so'm bilan chegaralansak, (aynan shuncha miqdordagi kapital 2-g'oyani amalga oshirish uchun zarur) u holda biz yog'ochdan bo'lgan bolalar o'yinchoqlarini ishlab chiqarishni tanlaymiz.

Dastlabki kapital tarkibi korxonaning ishlab chiqarish jarayonini normal boshlash uchun zarur qurilma, xomashyo va h.k.larga bo'lgan ehtiyojlaridan kelib chiqadi. Zaruriy kapital tarkibini shakllantirish uchun tadbirkor quyidagilarni amalga oshiradi:

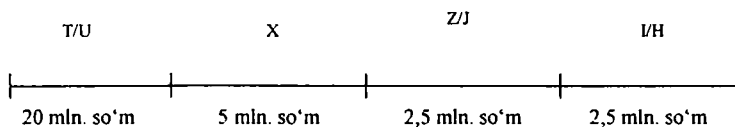
A) ishlab chiqarishni barcha texnik unsurlarini sotib oladi (*binoga, inshoot, texnika, uskuna, qurilma, transport va h.k.*) (T/U) .

B) xomashyo, asboblarni sotib olish (X).

V) ishlab chiqarishning birinchi bosqichi davomida ish haqini to'lash uchun zaxira pul vositalarini shakllantiradi (*ishlab chiqarishni boshlash paytidan boshlab tayyor mahsulotni yetkazib bergani uchun to'lovlar tushgunga qadar*) (I/H).

G) zaxira jamg'armasini shakllantiradi.(Z/J)

Shu bilan birga, tadbirkor zaruriy dastlabki kapital hajmini ham aniqlaydi: TU uchun 20 mln. so'm zarur (binoga–10 mln so'm, qurilmalarga–5 mln. so'm, ishlab chiqarishning aniq talablari bo'yicha binoni moslash uchun–5 mln. so'm), X uchun-5 mln. so'm, Z/J uchun–2,5 mln so'm, I/H uchun–2,5 mln. so'm, jami 30 mln. so'm (11.2.2-chizma).



11.2.2-chizma. Dastlabki kapital miqdorini aniqlash tartibi.

Ishlab chiqarishga ixtiyoriy qo'yilmalar – bu bo'naklanuvchi qo'yilmalardir. Tadbirkor bo'nakni qanday qilib, qaysi shaklda va qaysi muddatlarda qaytarishi kerak? degan savolga javob topishi kerak. Ishlab chiqarishga bo'nak qilingan kapitalni faqatgina bu ishlab chiqarish jarayonini amalga oshirish va ishlab chiqarilgan mahsulotni sotishdan olingan daromad miqdorini hisoblash orqali aniqlash mumkin. Tadbirkor loyihani o'zini qoplash muddatini bilishi zarur. Deylik, siz ishlab chiqarishga 1000 shartli birlik kapital qo'yingiz, sof daromad yiliga 200 shartli pul birlikni tashkil qiladi. Bundan o'zini qoplash muddati 5 yil. Biroq tadbirkorni nafaqat qo'yilgan kapitalni qaytarishi, balki uni ko'paytirish sur'ati ham qiziqtiradi. Bu sof daromadni aniqlash bilan bog'liq. Berilgan g'oyani amalga oshirishdan olingan sof daromadni aniqlash uchun tadbirkorlik hisob-kitoblari amalga oshiriladi. Hisob-kitob quyidagi talablarga asoslanadi:

1. Barcha xarajatlarni hisobga olish.
2. Minimal darajadagi daromadlarni hisobga olish.

(«Men ixtiyoriy holda ham Miqdordan past daromad olmayman») va maksimal mumkin bo'lgan daromaddagi xarajatlar hisobi («men ..dan ko'p miqdordagi xarajat qilmayman»).

Albatta, bunday yondashish asosida real vaziyat hisobidan foydalanish zarur (ya'ni bila turib uni ortiqcha pasaytirish yoki oshirish kerak emas). Hisob-kitoblar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- A) daromadlarni aniqlash;
- B) xarajatlarni aniqlash;
- V) sof daromadni aniqlash.

Har bir tadbirkor hisob-kitoblarni amalga oshirishda o'z usulidan foydalanadi.

Xarajatlar va daromadlar tarkibini biz 2-ilovada keltirilgan nizomdan kelib chiqqan holda aniqlashimiz mumkin bo'ladi.¹

Korxonani ta'sis qilish muammolarini ko'rib chiqishda tadbirkor eng avvalo, bo'lg'usi loyihani foydaliligini aniqlashga harakat qiladi. Bunda daromadlilik miqdorini aniqlash tadbirkorga loyihani o'z-o'zini oqlash muddatini aniqlashga olib keladi. Odatda, boshlovchi tadbirkor qarzdand foydalanadi. Demak, hisoblarni amalga oshirishda bu zayom vositalaridan foydalanish uchun haq to'lashni ham hisobga olishi zarur. Faqatgina to'liq ma'lumotga ega bo'lgandagina tadbirkor loyihani amalga oshirishi yoki oshirmasligi haqida qarorga kelishi mumkin.

Ta'kidlash joizki, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda **soliqqa tortish muammolari** alohida o'rin tutadi.

Davlat va mahalliy hokimiyat organlari soliq bosimi rag'batlantiruvchi sifatida emas, balki ko'pincha tadbirkorlikni rivojlanishini to'xtatuvchi sifatida maydonga chiqadi. Aynan shuning uchun ham ko'pincha tadbirkorlar bunday holatlarda qonun doirasida amal qilayotgan me'yoriy hujjatlarga asosan o'z daromadlarini oshirish hisobiga soliqlardan qochishga intilishadi. Buning ko'pgina usullari ma'lum. Daromad solig'i yuki ikki xil usul bilan yengillashtrilishi mumkin: yoki imtiyozlardan foydalanish yoki daromadni hisobotlarda ko'rsatmaslikka harakat qilish: Birinchi usuldagi imkoniyatlardan foydalanish ko'pincha imtiyozlarning aksariyat bekor qilingnaligi bilan cheklangan. Daromadni yashirishning ko'pgina usullari mavjud. Eng keng tarqalgan usul «tannarxni shishirib ko'rsatish»dir. Bunda tannarxga nafaqat daromadni, balki firma egalari va ishchilarning iste'mol xarajatlari ham kiritiladi. Bu bir vaqtning o'zida ijtimoiy sug'urta va

¹ O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 5-fevraldagi 54-sonli Qaroriga ilova: Mahsulot (ish, xizmatlarni) ishlab chiqarish va sotish xarajatlarning tarkibi hamda moliyaviy natijalarini shakllantirish tartibi to'g'risida Nizom.

nafaqa jamg'armasiga ajratmalarda, pul o'tkazishlarda ham, daromad solig'idan iqtisod qilishga imkon beradi. Firma mablag'lari hisobiga boshqaruvchi uchun uy-joylar (ofis deb qaraladi), xizmat avtotransporti olinadi, mebel, maishiy elektrotexnika sotib olinadi, gazeta va jumallarga obunalar amalga oshiriladi va h.k. Ayrim firmalar o'z xodimlari uchun «maxsus kiyim»lar sotib oladi. Buning natijasida gullab-yashnayotgan firma hisobotda kam rentabelli yoki zarar ko'rayotganga o'xshab ko'rinadi.

Soliqdan daromadni yashirishning yana bir usuli mavjud: mijoz tomonidan tovarni sizning rivojlanish fondingizga maqsadli to'lash (ya'ni taqsimlangan daromadga). Biroq 1992-yildan soliq inspektorlari bu mablag'ni sotuvdan olingan tushumga kiritishadi. Shuning uchun maqsadli to'lovlarni «chetga chiqarish»ga to'g'ri keladi (masalan, xayriya tashkilotini tashkil etish, ya'ni o'z-o'ziga yordam berish jamg'armasini tashkil etish). Biroq, bu ancha murakkabdir. Progressiv daromad solig'i va ish haqi jamg'armasidan ham qochish mumkin. Soliqdan qochishning yuqori normativ rentabellikda sinalgan usullari ham mavjud. Ulardan eng ko'p tarqalgani «yon shartnoma» hisoblanadi. Bunda ishni hamkorlikda olib boruvchi sifatida aynan asosiy korxonada xo'jaligi kabi xo'jalikni olib boruvchi yollanma firma jalb qilinadi. Asosiy korxonada shartnoma bo'yicha hamkorga xizmatlar to'lovi xarajatlar tarkibiga tushadi va bu rentabellikni kerakli darajagacha pasaytiradi. Xuddi shunday qilib mehnat haqini to'lash mablag'larining normativ miqdori oshirilishi natijasida soliqlardan qochish mumkin: aynan bir kishi aynan bitta ish uchun bir qancha korxonalarda ish haqi oladi. Eng murakkab variantlardan biri «rus matreshkasi» usuli deb ataladi. Bu variantning mazmuni shundan iboratki, aynan bir xil tovar yoki xizmat iste'molchiga tomon harakat yo'lida bir qancha yashirin til biriktirgan korxonalardan o'tishi mumkin. Ulardan har biri o'z xarajatlarini qo'shadi va sun'iy ravishda soliqni minimal stavkasi bo'yicha belgilangan miqdorgacha rentabellik darajasini pasaytiradi.

Va nihoyat soliqlardan qochish yo'lining eng radikal usuli naqd pul operatsiyalarida ixtiyoriy hisobda daromad yoki xarajatlarni yashirishdir. Naqd pul ko'rinishida bo'lmagan holda hisobga olinmagan pullarni naqd pul ko'rinishiga o'tkazish naqqlashtirish («obnalichka») deb ataladi. Hisobga olinmagan naqd pulga ega bo'lish uchun ularni xaridorlardan bevosita olish yoki o'z hisobidan olib ularni xarajat

sifatida ko'rsatish kerak. Quyida ularning bir qancha variantlari keltirilgan:

1. Tovar qiymati naqd va naqdsiz qismidan tarkib topadi. Bunda faqat naqd pulsiz qismi hujjatlashtiriladi. Naqdlashtirish muammosi xaridorga yuklatiladi. Buni tijorat do'konlarida amalga oshirish qulaydir chunki, ular hisobga olinmagan tovar bilan erkin savdo qilishadi.

2. O'tgan asrning 90-yillari boshida keng qo'llanilgan va keyinchalik bartaraf etilgan kanal ish haqini qalbaki hisoblash yoki undan ham yaxshiroq'i soxta shartnomaga asosan gonorar (qalam haqi) to'lashni nazarda tutgan shartnoma bo'yicha ijrochi sifatida odatda daromad solig'idan oldin to'laligicha ozod qilingan urush nogironi hisobda turgan. U o'zining bir necha ming so'mini «tinchgina» olib bir qancha million uchun qaydnomaga imzo qo'yib yurgan hamda bu pullar tannarxga kiritilgan.

3. MDH davlatlarida, xususan, Rossiya Federatsiyasida keng qo'llanilgan nisbatan qonuniy bo'lgan naqdlashtirish kanali – bu korxonalar ishchilarini jamg'arma sug'urtalashdir. Buning mexanizmi oddiy. Firma o'z ishchisini bir oy muddatga sug'urta tashkiloti hisobiga ixtiyoriy miqdorda pul o'tkazish bilan sug'urtalaydi. Bir oydan keyin bu pul qaytariladi, biroq endi ishchining o'ziga beriladi. Dastlab bu qiymat bo'yicha ishchidan daromad solig'i umuman olinmagan keyin Rossiya Federatsiyasi Moliya vazirligi tomonidan sug'urta kattaligidan qat'i nazar 13% stavkasi belgilandi. Biroq 1992-yil bu vositalar jismoniy shaxsning boshqa daromadlari bilan umumiy asosda soliqqa tortildi, shuning uchun bu usul o'z qimmatini yo'qotdi.

4. Va nihoyat eng ko'p tarqalgan usul – naqdlashtirishga ixtisoslashgan jismoniy shaxs va firmalardan xarid qilish uchun soxta shartnomalar tuzishdir. Siz bunday firmaga misol uchun kseroks xaridi uchun bo'nak o'tkazasiz, chetdan siz uchun eng arzon kseroks sotib olinadi. Biroq u hujjatda qimmat bo'lib ro'yxatdan o'tadi. Qimmat va arzon kseroks baholari o'rtasidagi farq sizga naqd pul ko'rinishida beriladi.

Naqdlashtirish bilan shug'ullanuvchi firmalar doimiy ravishda haq to'lash evaziga oldi-sotdi qalbaki shartnomalarini imzolovchi yollanma shaxslarga ega. Odatda, bular xorijda doimiy yashash uchun ketmoqchi bo'lgan yoki doimiy ravishda xorijda yashovchi va mamlakatga mehmon sifatida kelgan shaxslar hisoblanadi. Boshqa hollarda naqd pulga tezda buziladigan keyinchalik esa ro'yxatdan chiqarib tashlanadigan mahsulotlarni xarid qilishadi yoki real qiymatini aniqlab

bo'lmaydigan intellektual har xil matnli kompakt disklar va h.k. mulk xarid qilinadi.

«Naqdlashtirish» bu soliqqa tortishdan mablag'larni yashirish bilan bog'liq barcha operatsiyalar ichidan eng tavakkali yuqorisi hisoblanadi. Bunda tadbirkorlar jinoiy javobgarlikka tortiladigan hujjatlarni qalbakilashtirish bilan ish ko'rishadi va bu o'z navbatida jamiyat uchun katta xavfga ega bo'lgan pora berish yoki olish xavfini ham keltirib chiqaradi.

11.3. Yangi korxonani ta'sis qilishda qatnashish

Yangi korxonani ta'sis etishda qatnashish haqida talab doimo loyiha tashabbuskoridan kelib chiqadi. Aynan tashabbuskor ular tomonidan taklif qilinayotgan tadbirkorlik loyihasi, shuningdek, loyihani amalga oshirish tartibi va ta'sischi'larning har birining funksional majburiyatlarini bayon qiladi.

Ta'sischi sifatida maydonga chiqish ta'sis qilinayotgan korxonaning nizom jamg'armasiga muayyan badal kiritishni nazarda tutadi. Bunda, biroq tashabbuskor boshqarilayotgan korxonaga nazoratini saqlab qolishni inobatga olishi zarur. Shunday ekan, korxonani ta'sis qilishda qatnashish – bu korxonaning nizom kapitaliga pay sifatida kiritilgan xususiy kapital bilan tavakkal qilish shaklidir. Sodir bo'lishi kutilgan tavakkalchilik darajasini qisqartirish maqsadida potensial ta'sischi loyiha asosida yotuvchi tadbirkorlik g'oyasini mufassal maqsadga yo'naltirilgan ravishda fahmiga borishi va xo'jalik tizimida vujudga kelgan amaliy vaziyatga bu g'oyani loyihalashtirishga harakat qilishi lozim. Bularning barchasi, tashabbuskor tomonidan bashorat qilinishi, g'oya asosida yotuvchi tovar o'z iste'molchisini topa olishini, amalga oshirilgan hisob-kitoblar haqiqatga mosligini va h.k.larni, korxonaga faoliyatini yuritish bilan bog'liq barcha narsalarni aniqlanishi lozim.

Loyihaning tarkibiy mazmuni qismini ekspert baholash—bu yangi korxonaga ta'sischi oldida turadigan asosiy vazifadir. Shundan keyingina ta'sis hujjatlarini tayyorlash yoki uni tashabbuskor bilan tayyorlashga o'tish mumkin. Bunda odatda asosiy e'tibor ta'sis hujjatlarida – ta'sischi shartnomasi va nizomida sheriklar ulushini aniqlashga qaratiladi va aynan shunga qarab oldin ham aytib o'tganimizdek daromadlar sheriklar o'rtasida taqsimlanadi. Boshqacha qilib aytganda,

ta'rischilarning har birini ulushini aniqlash daromadlarni shu nisbatda taqsimlash nuqtayi nazaridan chuqur iqtisodiy ma'noga ega.

11.4. Korxonani sotib olish

Zamonaviy sharoitlarda jahon amaliyotida tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishning yana bir shakli paydo bo'ldi – bu mavjud korxonani sotib olishdir. Jahonda bu shakl juda ko'p tarqalgan kategoriyaga kiritiladi. Korxonani sotib olish – bu uning barcha huquq va majburiyatlari bilan birga mulkni boshqaga o'tishidir. Korxonaning potensial xaridori oldida eng avvalo ikki muammo turadi:

– korxonaga qiymatini baholash (maxsus baholash firmalari, kompaniyalari yordamida);

– oldi-sotdi bitimini tuzishda korxonaning huquqiy shaxs sifatida majburiyatlari aniqlanishi (moliyaviy va qarz majburiyatlari ham kiritiladi).

Bu muammolarni hal qilib bo'lgandan keyingina xarid yoki bitimdan voz kechish haqida qaror qabul qilinadi. Korxonani sotib olish bir qancha imkoni bo'lgan shaxslar asosida amalga oshiriladi:

- balans qiymati bo'yicha sotib olish;
- daromadlar bo'yicha sotib olish (joriy yoki bo'lg'usi daromadlar);
- auksion orqali sotib olish;
- ro'yxatdan o'tgan, biroq hali faoliyat yuritmayotgan korxonani sotib olish.

Balans qiymati bo'yicha sotib olish – korxonaga qiymatini balans usulidan foydalanib baholashga asoslanadi. Balans qiymat – bu korxonaning buxgalter hujjatlari bo'yicha tasdiqlangan qiymatidir. U naqd pulda, qimmatli qog'ozlar qiymati shaklida, debitor qarzdorliklar, tovar - moddiy mablag'lar zaxiralar uzoq muddatli investitsiyalar, asosiy kapital nettosi minus, qisqa va uzoq muddatli ssudalar va boshqa shakldagi qarz mablag'lar sifatida hisoblanadi. Qiymatni baholashning balans usuli – uning predmeti bo'lgan korxonaga raqobatbardosh bo'lmaganda, ya'ni unga innovatsiyalar xos bo'lmaganda, modernizatsiyani amalga oshirish uchun kapital qo'yilmalar zarur bo'lgan holda o'rtacha tarmoqdan yuqori bo'lmagan daromad keltiruvchi korxonaga bo'lganda bitimlarni amalga oshirish uchun qo'llaniladi.

Umuman olganda, oldi-sotdi bitimi bunday korxonaga asosiy kapitali eskirgan, mazkur tarmoq ishlab chiqarishining o'rtada texnik darajasiga

mos kelmaydigan holda korxonaning balans qiymatidan past bahoda baholanadi.

Misol uchun, uncha katta bo'lmagan go'sht kombinatining balans qiymati 242 mln. so'mni tashkil qilsin, bunda korxonadagi qurilmalar eskirgan. Tomonlar uni 242 mln. so'mga emas, balki 80 mln. so'mga sotilishini kelishib olishlari mumkin.

Hozirgi zamonaviy sharoitlarda korxonaning balans qiymatini aniqlashda har yili e'lon qilinadigan inflatsiya va boshqa omillar hisobga olingan asosiy vositalarning qiymatini hisoblashning maxsus koeffitsiyentlari qo'llaniladi. Bunda asosiy vositalarning eskirishi va qiymati mana shu koeffitsiyentlarga ko'paytirilgan holda hisoblab chiqiladi. *Faraz qilaylik*, korxonaning balans qiymati 100 mln. so'mni tashkil qilsin. 2002-yil yanvaridan 2012-yil yanvarigacha inflatsiya darajasi 80%ni tashkil qiladi. Bunda tomonlar korxonaning joriy baholarda balans qiymatini aniqlashda 1,8 koeffitsiyentni qo'llashlari zarur, ya'ni $100 \text{ mln.} * 1.8 = 180 \text{ mln. so'm}$.

«*Daromad bo'yicha*» xaridor korxonaning balans qiymatini e'tiborga oladi, biroq bunda balans qiymati emas, balki korxonaning kelgusida keltiradigan daromadi bitimning bahosini aniqlaydi.

Ba'zan bahoga korxonaning joylashgan o'ri emas, balki korxonada obro'yi ta'sir o'tkazadi. *Misol uchun, bir ko'chada bir-birining qarshisida 2 ta restoran taklif qilinayapti. Ma'lumki ulardan biri mijozlar o'rtasida katta mashhurlikka ega, ikkinchisi esa unchalik mashhurlikka ega emas. Qaysi holda baho yuqori bo'lishi mumkin. Albatta, birinchi navbatda iqtisodiy yo'nalishdagi sababga ko'ra, ularning asosida- korxonada daromadligi yotadi.*

Biz ko'rib chiqayotgan korxonada bahosiga ta'sir qiluvchi mumkin bo'lgan omillardan oxirigisi—bu korxonada ishlab chiqarish tuzilmasining egiluvchanligi. Deylik, xaridor sotib olmoqchi bo'lgan korxonada ixtisosini o'zgartirishni maqsad qilib olgan bo'lsa, egiluvchan ishlab chiqarish tarkibiga ega bo'lgan 1-korxonada uchun bunday o'zgarishlarga kapital qo'yilmalar zarur emas. Egiluvchanlikka ega bo'lmagan 2-korxonaga ma'lum miqdorda investitsiya qilish zarur. Bu holda xaridor 1-korxonada uchun 2-ga nisbatan ko'proq to'lashga tayyor. Muhtaram yurtboshimiz tomonidan taklif etilgan va bugungi kunda muvaffaqiyatli amalga oshirilayotgan milliy iqtisodiyotni modernizatsiyalash, korxonalarni texnik va texnologik jihatdan yangilash va diversifikatsiya qilish sharoitida bunday egiluvchanlikning roli oshib boradi.

Auksion orqali sotib olish – sotuvga taklif qilinayotgan korxonaga uchun boshlang'ich baho bo'lishini nazarda tutadi. Bu baho asosida korxonaning balans qiymati plus korxonani auksion orqali sotish bilan bog'liq daromad va xarajatlar yotadi. Korxonaning auksion bahosi – ma'lum bir iqtisodiy xususiyatni ifodalamaydi va u faqatgina auksion o'tkazilishi paytida korxonaga bo'lgan talab natijasida yuzaga keladi. Talab bir qator omillarga bog'liq – korxonaga joylashuvi, uning ixtisoslashuvi, korxonaga reklamasi va uning tashkilotchilari va h. k.

Ro'yxatdan o'tgan, biroq hali faoliyat boshlamagan korxonani xarid qilish tadbirkorlik faoliyati sohasiga yangi tadbirkorni kirib kelishini osonlashtiradi, chunki unga ta'sis hujjatlarini tayyorlash uchun vaqtni tejashga imkon beradi. Sotuvchi nuqtayi nazaridan ta'sis hujjatlarini tayyorlash va korxonani ro'yxatdan o'tkazish ma'lum bir xarajatlarni talab qiladi.

Amal qilayotgan korxonani sotib olishda xaridor mulkdorga uning qiymatini to'lashi zarur. Firma qiymati hajmiga yuzaga kelgan xaridorlar guruhi, korxonaga joylashuvi, mavjud sherikchilik aloqalari, korxonaning kelgusidagi rivojini aniqlovchi potensial imkoniyatlar kabi omillar ta'sir qiladi.

Xaridorlarga bitta narsa ravshan bo'lishi kerak: firmani sotib olishda stanok, qurilma, materiallar, bino va inshootlar qiymatidan ortiq bo'lgan miqdorni faqatgina firma kelgusida yetarli daromad keltirganda to'lash mumkin.

Firmani sotib olish taklif qilinganda tadbirkor o'zini qanday tutishi kerak? Dastlab statistik materiallarni (balans va h.k.larni) qo'llab taklif qilingan bahoni asoslash kerak. Agar firma egasi sizga korxonaga ko'rsatkichlarini taqdim qilishdan voz kechsa bilingki, bu yerda biror chigallik mavjud. Bu kelgusidagi daromadlarni kafolatlanganligi uchun, keyingi tadqiqotlarni amalga oshirish lozim. Agar bunday tadqiqot ijobiy natijalarga olib kelsa, oldingi yillarda erishilgan daromadlar darajasi va daromad miqdori asos qilib olinadi. Bunda kalkulyatsiya xarajatlarini unutmaslik kerak. Faqat kalkulyatsiya xarajatlarini chegirib tashlagandan keyingina biz daromaddan yuqori bo'lgan qiymatni, ya'ni firma qiymatini hisoblash asosi bo'lgan qiymatni aniqlaymiz.

Tadbirkor boshqa yo'llarni ham tanlashi mumkin. Yuqorida ko'rsatilgan ishlab chiqarish ko'rsatkichlariga asoslanib, u korxonaning rentabellik sharhini tuzishi mumkin. Kelgusidagi ishlab chiqarishni real baholash natijasida olinadigan daromaddan ish haqi korxonaga

qo'yilgan xususiy kapital uchun foizlar chegiriladi. Agar ayirma musbat bo'lsa, uning qoldig'i firma qiymatini hisoblash uchun asos bo'ladi.

Amal qilayotgan korxonani xarid qilish yangisini tuzishdan ko'ra kam tavakkalchiligi bilan bog'liq. Aniq xaridorlar guruhi mavjud, faoliyatning boshlang'ich bosqichi bosib o'tilgan. Bu afzalliklarga qaramasdan, quyidagi jihatlarni e'tiborga olish zarur:

1. Mulk egasi nima sababdan korxonani sotmoqchi va uni nima bilan izohlaydi?

2. Uning tushuntirishlariga ishonib bo'ladimi yoki ular sizga to'qilgandek tuyulmoqdami ?

3. Sizdan oldingi bu mulk egasi haqida muhim ma'lumotlar (balanslar, statistik ilovalar va boshqalar) sizda bormi?

4. Ular yordamida korxonada dinamikasini aniqlab bo'ladimi ?

5. Sizga taqdim qilgan ma'lumotlar korxonada o'sishdan to'xtaganligini yoki rivojlanishining ijobiy yo'nalishiga egaligini ko'rsatadimi?

6. Rivojlanishning salbiy ko'rsatkichlari bo'lishiga qaramasdan, uning kelgusida o'sishi uchun muhim sabablar bormi?

7. Istiqbolda korxonada joylashgan o'rni yomonlashuvi yoki uning raqobat muhiti kuchayishidan dalolat beruvchi ma'lumotlar mavjudmi?

8. Xaridor va mijozlar bilan aloqani saqlab qolib bo'ladimi yoki ular sizning oldingi mulk egasi bilan aloqalarni uzganmi?

9. Korxonaga xomashyo va boshqa resurs yetkazib beruvchilari sizga yetkazishga rozimi?

10. Sizdan oldingi korxonada egasi shartnoma tuzgan tomonlar bilan siz ham shartnoma tuzasizmi (konsessiya, vakolatxonada, konsignatsiya)?

11. Ijara bo'yicha shartnoma muddatini uzaytirib bo'ladimi?

12. Siz firmaning oldingi nomidan foydalanasizmi?

13. Ijara haqidagi shartnoma mahsulot hajmi va assortimentini kengaytirishni ko'zlaganmi?

14. Sotuv bahosining aniq hisob-kitoblari sizda mavjudmi?

15. Uning ma'lumotlari haqqoniymi?

16. Baholarni nazorat qiluvchi davlat organi tomonidan, ya'ni Monopoliyadan chiqarish va raqobatni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasi tomonidan tovar bahosiga nisbatan ma'lum talablar qo'yilganmi?

17. Ular asoslanganmi?

18.Xomashyo, material yoki tovarlarning ombordagi zaxiralarini inventarizatsiya qilingan baholashni amalga oshirish ko‘zda tutilganmi?

19.Sotuv shartnomasida xomashyo, material va tovarlar zaxirasini baholanishining asosiy tamoyillari keltirilganmi?

20.Korxonani boshqa shaxs nomiga o‘tkazish muddati aniq belgilanganmi?

21.To‘lovlarning muddati va shakli ko‘rsatilganmi?

22.Sotish shartnomasida berilgan majburiyatlarni bajarishning shartlari aniq ko‘rsatilganligi mavjudmi?

23.Siz sotuv shartnomasida oldingi xaridorlarga ham xizmat qilishni ko‘zda tutganmisiz?

24.Sizga ijaraga berilgan bino firma sizga o‘tganidan keyin ijaraga berilmasligi mumkinligini bilasizmi?

25.Faoliyat yuritayotgan korxonani sotib olishda amaldagi barcha mehnat shartnomalari amal qilishi zarurligini bilasizmi?

26.Korxonani sotishda qo‘shilgan qiymat solig‘i inobatga olinishi kerakligini bilasizmi?

Agar korxonani sotuvchisi sizga korxonaning rivojlanishi dinamikasi haqida ma‘lumotlarni bermasa, siz uni sotib olishga ishonchsizlik bilan qarashingiz mumkin.

11.5. Sherikchilik ulushini sotib olish

Tadbirkorlik faolligi sohasiga kirishning juda keng qo‘llaniladigan usullaridan biri birovning u yoki bu korxonani nizam kapitalidagi ulushini sotib olish bilan amalga oshiriladi.

Sherikchilik ulushini sotib olish – bu ulushni sotuvchidan xarid qiluvchiga o‘tish shaklidir. Ulushni sotish yoki sotib olish to‘laligicha emas, balki qisman amalga oshirilishi mumkin. Bu holda ham muayyan bitim – bu mulchilik huquqini xarid qilish shaklidir. Bunday bitimni amalga oshirishni tayyorlashda sherikchilik ulushini xarid qiluvchi odatda korxonani faoliyati haqida to‘liq ma‘lumot beruvchi axborot bilan tanishadi. Bunday ma‘lumot deganda nima tushuniladi? Eng avvalo, xaridorni quyidagilar qiziqtiradi:

- *korxonani daromadlilikini*, chunki bu korxonaning kelgusidagi egasi sifatida oladigan xususiy daromadi shunga bog‘liqdir;

- *korxonani va u ishlab chiqargan mahsulot raqobatbardoshligini*, aynan shu ma‘lumot to‘g‘riligiga korxonani faoliyat yuritishi, rivojlanishi va uning daromadlilikiga bog‘liq;

- *korxonani rivojlantirishning mavjud yoki rejalashtirilgan dasturi to'g'risida axborot.* Bunda korxonada ulushni sotib olish haqidagi taklif berilgan paytda past rentabellik nazarda tutiladi.

Biroq, agar yuqori natijaga erishishga yo'naltirilgan real dastur qabul qilinsa, u holda, ulushni sotib olish yetarlicha jozibali bo'lishi mumkin;

- *nizom jamg'armasi umumiy hajmiga nisbatan sotib olinayotgan ulushning miqdori haqida ma'lumot.* Bu potensial xaridorga korxonada qaror qabul qilish va faoliyatga ta'sir o'tkaza olish imkoniyatlari haqida xulosa qilishga imkon beradi. Masalan, agar men umumiy nizom jamg'armasining umumiy hajmini 25% iga teng bo'lgan ulushni sotib olsam, menda qaror qabul qilishda barcha ovozlarning 1/4 qismi bo'ladi—bu bir tomondan, ikkinchi tomondan, agar ulush 2% ni tashkil qilsa, korxonada ishiga faol ta'sir qilishga umid qilish bafoyda bo'ladi;

- *korxonaning boshqa egalari haqida ma'lumot.* Bunga ko'pgina sharhlar berish mumkin, biroq e'tiborni faqat bir vaziyatga qaratamiz: agar biz boshqa ulush egalari (*yoki ulardan eng ko'p ulush egalari*) – mutaxassislar ekanligi haqida ma'lumotga ega bo'lsak, bu bizni ulushni sotib olishga undaydi; agar ular faqat kapitaldan foyda «izlovchilar» bo'lsa, u holda bu omil biz uchun jozibali bo'lishi shubhali.

Xaridor holatidan kelib chiqib, samarali qaror qabul qilishi uchun boshqa axborotlar ham uni qiziqtirishi mumkin. Istalgan holda ham ulushning potensial xaridori o'zini qiziqtirgan korxonada ishining iqtisodiy va texnik iqtisodiy tahliliga intiladi.

Albatta, xo'jalik tuzilmasi va bozor infratuzilmasining murakkablashuvi bilan o'z kapitalini ishga jalb qilishga intilgan bo'sh kapitalning ixtiyoriy egasi mutaxassisga murojaat qilish imkoniyatini qidiradi. Jahonda o'z mijozlariga bunday xizmatlarni ko'rsatuvchi mutaxassislar birlashmalari, investitsiya kompaniyalari deyiladi, ya'ni ular mijozlariga qo'yilayotgan kapitalga qidirilayotgan daromad darajasini olish imkonini beruvchi yo'l-yo'riqlar bo'yicha tegishli maslahatlarni beradilar.

Misol uchun, sizda bo'sh kapital mavjud va siz uni biron bir korxonaga yetarli va barqaror daromad olish maqsadida qo'ymoqchisiz. Biroq siz buni qayerga yo'naltirish ishonchli bo'lishini bilmaysiz. Faraz qilaylik, siz menga investitsiya firmasiga murojaat qildingiz. Men sizga quyidagi takliflarni qilaman. Agar biz siz bilan shartnomaviy munosabatga kirishsak, ya'ni agar siz bu taklifga rozilik bersangiz, men

sizning mablag‘aringizni 40–45% yoki hatto 50% gacha daromadni olish maqsadida joylashtirishga harakat qilaman va bu daromad men bilan sizning o‘rtangizda 20:20 yoki 20:30 nisbatda taqsimlanadi.

Shuni ta’kidlash lozimki, bunday investitsiya kompaniyalarini oldin mavjud bo‘lgan investitsiya jamg‘armalaridan farqlash zarur. Ular bir-biridan mijoz bilan shartnomaviy munosabatlaridan kelib chiqqan huquqlar bo‘yicha farq qiladi. Chet el investitsiya jamg‘armalari ma’lum bir daromadni kafolatlamaydi, investitsiya kompaniyasi uchun esa uning faoliyati va mijoz bilan o‘zaro aloqalari asosiy hisoblanadi.

Kapital egasi va investitsiya kompaniyasi o‘rtasidagi o‘zaro aloqalar ishonch asosidagi mulk, ba’zan *fidutsiar mulk* nomini olgan tamoyilga asoslangan *trast shartnomasi* shaklida rasmiylashtiriladi. *Trast shartnomasi va trast operatsiyasi mazmuni* bir shaxs boshqa shaxsga mulk yoki mablag‘larni o‘zi yoki uchinchi shaxs manfaatlarida boshqarish uchun o‘tkazishini bildiradi. Agar mulklar yoki mablag‘lar uchinchi shaxs mafaatlari uchun ishlatilsa, u holda uchinchi shaxslar *benefetsiar* deb ataladi.

O‘zaro aloqalarning *trast* shakli nafaqat moliyaviy mablag‘lar bilan operatsiyalarda, balki ixtiyoriy mulk bilan bog‘liq operatsiyalarda ham qo‘llaniladi.

11.6. Meros qilib olish

Meros qilib olish ham zamonaviy sharoitlarda tadbirkorlik sohasiga kirishning real yo‘li sifatida maydonga chiqadi. *Meros qilib olish* – bu mulkning meros beruvchidan merosxo‘rga o‘tish shaklidir. Meros huquqi fuqarolik huquqining bir tarmog‘i va bunday munosabatlarni tartibga soluvchi huquqiy normalar majmui sifatida *qonun bo‘yicha va vasiyat bo‘yicha meros qilib olish* kabi turlari farqlanadi.

Qonun bo‘yicha meros qilib olish – bu merosxo‘rdan vasiyatsiz meros qilib olishdir. Mavjud qonunchilik vasiyat yo‘qligini o‘rnini to‘ldirganidek merosxo‘rni qonun bo‘yicha aniqlaydi, holbuki, merosxo‘rni aniqlash turli mamlakatlarda har xil aniqlanadi. *Vasiyat bo‘yicha meros qilib olish* – bu qonun bilan aniqlangan meros egasining o‘z o‘limidan keyin mulkning huquqiy taqdirini aniqlashga yo‘naltirilgan o‘z xohish istaklarini namoyon qilish shaklidir.

Ixtiyoriy shakldagi merosga egalik qilish bu merosxo‘r tomonidan mulk egasi huquqini olishidir. Bizning misolimizda, korxonaga egalik qilish huquqidir. Mulq egasining ish faolligi muhitiga kirgan bunday

mulkdor harakati mantig'i uning o'z oldiga qo'ygan maqsadlari bilan aniqlanadi: agar u meros qilib olingan korxonadan faqatgina daromad olishni ko'zlagan bo'lsa, u holda korxonada ishiga hech qanday muhim ahamiyatga ega bo'lgan o'zgartirishlarni kiritmaydi. Agarda uni korxonada amal qilishi samaradorligini oshirish qiziqтира, u holda uning harakatlari (*strategiya, taktika, maqsad, metod va boshqalar*) ixtiyoriy bir tadbirkor faoliyatidan kam farq qiladi hamda korxonani rivojlantirishga, yanada ko'proq daromad olishga qaratiladi.

Mavzuga oid tayanch iboralar

Firma, tadbirkorlik firmasi, kichik korxonada, mikrofirma, tadbirkorlik g'oyasi, davlat ro'yxatidan o'tish va guvohnoma olish, foydaga soliq, dastlabki kapital va uning tarkibi, sherik ulushini sotib olish, benefitsiar, trust shartnomasi, meros, merosxo'r, vasiyat bo'yicha merosxo'r, qonun bo'yicha merosxo'r.

Mavzuni o'rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. Korxonani ta'xis qilishda qanday hujjatlar talab qilinadi?
2. Ruxsat berish va xabardor qilish orqali korxonani ochish tartibi qanday?
3. Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish qanday tartibda amalga oshiriladi?
4. «Yagona darcha» va tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatga olish inspeksiyalari to'g'risida gapirib o'ting.
5. O'zingiz tashkil etmoqchi bo'lgan korxonaning maqsadlarini 25 ta so'z bilan ifodalang.
6. Korxonaning tashkiliy-huquqiy shakllari, ularning afzalliklari va kompaniyalarini ifoda etuvchi qiyosiy jadvalni ishlab chiqing.
7. Trust shartnomasi va operatsiyalarining mohiyati nimada?
8. Korxonada soliqqa tortish va soliqlardan qochish muammolarini batafsil yoritib bering.
9. Korxonalarda daromadlar va ularning tarkibi qanday?
10. Korxonalarda xarajatlar va ularning tasnifi qanday?

12.1. Tadbirkorlik omadini tashkil etuvchilar

Omadi bo'lishga intilish-insonning asosiy tabiiy xohishlaridan biri bo'lib, asosan barcha inson faolligi turlarining mazmuni, mohiyati omadga intilish hisoblanadi. Omad deganda biz nima tushunamiz?

Omadi tushunchasi boshlovchi tadbirkorlar uchun o'ziga xos ijobiy xususiyatga ega emas. Yovvoyi bozor munosabatlari sharoitida omadga erishish deganda boshqalarni «itarib surib tashlash», ularni haq-huquqlarini poymol qilish hisobiga o'z maqsadlariga erishishi deb qaraladi. Bu hodisani bizning hayotimizga umuman aloqador joyi yo'q deb qaramaylik. Biroq uni omadga erishishning haqiqiy yo'li sifatida qarash ham juda noto'g'ri. Bundan tashqari, real omad bilan bunday harakatlar hech qanday aloqadorlikka ega emas. Omad agar u birovga qarshi yo'naltirilgan harakatlar bilan erishilsa, omad emas. Omad – qachonki unga boshqalarga qarshi harakat bilan emas, balki ular bilan birgalikda erishilsa, bu haqiqiy omaddir. «Boshqalarga zarar keltiruvchi omad – bu omadsizlik – bu ochiq haqiqatdir».

Tadbirkorlikda omad u haqdagi turli xil tasavvurlar bilan bog'lanadi. Shunday tadbirkorlar borki, ular o'z g'oyasini amaliy bajarilishini katta omad deb hisoblashadi. Boshqalari esa katta daromadlar olishni, uchinchilari esa ularning harakatlari qulab ketishi, kasod bo'lishini oldini olsa omad deb hisoblashadi. Bir qator tadbirkorlar uchun esa, omad bu ularning ishlab chiqarishni kengaytirish imkoniyati bo'lsa, shundaylar ham borki, bandlar sonini qisqartirmoqchi, biroq boshqalari yangi ish o'rinlarini barpo qilishga intiladi.

Tadbirkorlik omadi asosida nafaqat yutuqlar, balki katta mas'uliyat, javobgarliklar ham bor. Oddiy odamlar, ishchilar, xizmatchilar va h.k.lardan farqli o'laroq tadbirkor o'zi anglagan holda cheklanmagan ish kuniga kapitalni yo'qotish tavakkaliga boradi hech narsa bilan kafolatlanmagan daromadga ishonadi. U mavjud sharoitlarga ko'nikishga va yangi bilimlar olishga tayyor. Ishlab chiqarishni holati haqidagi va shuningdek, unda ishlovchi shaxslar, ishchilar uchun javobgarlikni o'z zimmasiga oladi.

Tadbirkorlikda omad tushunchasi rejalashtirilgan tadbirkorlik loyihasi va tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish boshlanishidan oldin belgilangan natijalarga to'liq erishish bilan bog'liq hisoblanadi.

Umuman olganda, hozirgi kundagi tadbirkorlik muhim ikki asosiy sektordan iborat: ulardan biri imkoni mavjud bo'lgan ixtiyoriy usul bilan pul ishlab topishni maqsad qilib qo'yadi, ya'ni nima bilan shug'ullanishning farqi yo'q, bu faoliyat daromad keltirsa va qancha ko'p keltirsa shuncha yaxshi. Bunday tadbirkorlar ko'pchilikni tashkil qiladi. Ikkinchi guruh batafsil va qat'iy ishlab chiqilgan faoliyatining ma'lum maqsadli dasturiga ega. Bu guruhga kiruvchi tadbirkorlar ham albatta ko'proq pul topishga harakat qiladilar, biroq ular istalgan bir holatga, ishga talpinmasdan, bu maqsadga o'z aniq g'oyalarini amalga oshirish orqali erishishlari mumkin. Tashqaridan kuzatuvchi bunday tadbirkorlarni «xayolparast» deb nomlashlari mumkin va bu albatta to'g'ri, chunki ular konkret dasturdan tashqari yo'nalish bo'yicha ishlab chiqarishda birinchi bo'lishga aniq xohish istaklarga ega. Bunday haqiqatgo'ylik, intilish tadbirkorlik faoliyatining sivilizatsiyalashgan turining ajralmas qismi hisoblanadi.

Butun dunyoda moliyaviy-iqtisodiy inqiroz davom qilayotgan iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy nobarqarorlik bu ikki xil tadbirkorlikka alohida urg'u berish, e'tibor qaratish ortiqcha bosh og'rig'idir. Biroq, ular haqida eslatish shuning uchun zarurki, tadbirkorlikning sivilizatsiyalashgan turini yaxshi tomonini ko'rsatish, har bir tadbirkor uchun qulay, yaxshi sharoitlar faqat uning faoliyatida nafaqat ko'p pul topish, balki uni qo'ygan maqsadlariga ma'lum bir faoliyat orqali erishishni nazarda tutadi. Bunda shuni ta'kidlash zarurki, dastlabki kapitalning shakllanishi bosqichida keng qamrovli faoliyat turlari bilan shug'ullanish yetarlicha katta imkoniyatlarga ega. Ya'ni bu kapitalni daromad keltiruvchi yoki ko'p daromadli yo'nalishlarda taqsimlash mavjud mablag'ni turli yo'nalishida sarflash zarur. Ba'zan tadbirkorlarga bu ikki xususiyatni uyg'unlashtirish xosdir, asosiy yo'nalish aniqlangandan keyin, biroq uni amalga oshirish turli daromad keltirishi mumkin bo'lgan sohalar imkoniyatlaridan foydalanish ham amalga oshiriladi.

Istalgan holda ham har bir tadbirkor o'z omadi sari intilishi zarur, bunga aniq yo'l esa tadbirkorning o'z ish strategiyasi va faoliyatiga zarur sharoitlarini tanlay olishiga bog'liq. Agar bizda jamiyat sharoitlari tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish ehtiyojlariga javob bermasa, u

holda, ko'pgina tadbirkorlar bu holatda «barcha lash-lushlarini yig'ishtirib suv tubiga cho'kish» taktikasini qo'llashadi.

Tadbirkor samarali faoliyatining asosiy ko'rsatkichlari – bu tadbirkorlik g'oyalarini amalga oshirish jarayonini konkret shaklini tashkil qilish hisobiga olingan daromad miqdoridir. Jarayonni tashkil qilish shakli mantiqan o'zaro bog'langan va ishlab chiqarish omillarining uyg'unlashtirilishini bildiradi. Ularga quyidagilar kiradi:

- ikkita asosiy unsurdan iborat resurslar – kapital va xarajatlar;
- ishlab chiqarish jarayonini tashkil qiluvchi tadbirkorning qobiliyati va talanti.

Biroq tadbirkorning vazifasi bu – ishlab chiqarish omillarini oddiy uyg'unlashtirish bilan emas, ularning eng samarali uyg'unlashuv shakllarini topish bilan ifodalanadi. Dastavval, ishlab chiqarish xarajatlarini optimallashtirish, ya'ni xarajat, kapital va ishlab chiqarilgan mahsulot hajmining ratsional o'zaro nisbati muhim rol o'ynaydi.

Ratsionallashtirish deganda ma'lum miqdordagi mahsulotni eng kam resursni sarf qilish yoki o'zgarmas miqdordagi resurslardan foydalangan holda ko'p ishlab chiqarish tushuniladi.

Tadbirkor uchun xarajatlarni ratsionallashtirish doimiy o'ylash predmeti bo'lmasligi mumkin emas, chunki tadbirkorlik faoliyatining o'zi cheklangan resurslardan samarali foydalanish demakdir. Bu esa, o'z navbatida ishlab chiqarishda qatnashadigan resurslar miqdorini kamaytirish, ya'ni ratsionallashtirishga olib keladi. Ratsionallashtirish, aynan doimiy jarayon sifati, ko'pchilik paytda «tezkor samaradorlik» tushunchasiga sinonim sifatida maydonga chiqadi. Biroq muammo ba'zan tezkor samaradorlikka erishishga intilish tadbirkorni strategik maqsad va ratsionallashtirish zaruriyatidan chetlanishga olib keladi.

Shunday qilib, *tadbirkorlik* –bu uzoq muddatli davrda ishlab chiqarishni rivojlantirishga olib keluvchi, resurslardan ratsional foydalangan holda kishilar ehtiyojlarini qondirish uchun ishlab chiqarish omillarini optimal uyg'unlashtirish san'atidir.

12.2. Tijorat axboroti alohida xususiyatga ega tovar sifatida

Tadbirkorlik omadi konsepsiyasida muhim, ba'zan asosiy rolni berilgan oraliqda zarur bo'lgan tijorat axboroti o'ynaydi. Tijoratda, tadbirkorlikda axborot – bu ishbilarmon kishiga o'z ishlab chiqarish sohasida o'z yo'lini topish imkonini beruvchi ma'lumotlar majmuidir. Tadbirkor nima ishlab chiqarish, qanday ishlab chiqarish, qanday sifat

va iste'mol xususiyatlari, tovarni qayerda va qanday sotish, bunday tovarga qayerda ehtiyoj katta, tovarni qanday reklama qilish – bu muammolarning barchasi bo'yicha qarorni faqat o'zida mavjud bo'lgan ma'lumotlarga asoslangan holda qabul qiladi. Bunday axborot tadbirkor nuqtayi nazaridan aniq yoki noaniq, to'liq yoki to'liq bo'lmasligi mumkin. Ma'lumot qanchalik aniq bo'lsa qabul qilinayotgan qaror shunchalik samarali bo'ladi, ya'ni shuncha ko'p daromad olinadi. Shunday qilib, tadbirkor nuqtayi nazaridan axborot – uning uchun tovar hisoblanadi va istalgan tovarni sotish yoki sotib olish mumkin. Keng ma'noda aytganda tijorat shartlarida yetkaziladigan axborot ham axborot resursi, axborot tovaridir.

Tadbirkorlikning mustaqil rivojlanishi axborot tadbirkorligini faoliyatning professional shakli sifatida qabul qiladi. Axborot tadbirkorligi mustaqil asosda rivojlana oladigan bir qancha yo'nalishlarni o'z ichiga oladi. Bu yo'nalishlar ichida quyidagi tadbirkorlik faoliyatlari ajratiladi:

- ta'lim berish;
- maslahat berish (servis);
- hujjatlashtirish va nashr qilish (noshirlik, bosmaxona);
- marketing;
- reklama;
- huquqiy faoliyat.

Ta'lim berish tadbirkorlik faoliyati (*o'quv kurslari, xususiy biznes maktablar, seminarlar*) uch xil axborotni tarqatishga asoslanadi:

A) tadbirkorlik sohasiga kiruvchi har bir shaxs uchun zaruriy dastlabki ma'lumotlarni tarqatish;

B) tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishning eng samarali usullarini qo'llash tajribasini umumlashirish va tarqatish;

V) tadbirkorlarni qonun va qonun osti hujjatlari, yo'riqnomalaridan amaliy foydalanish, qo'llash bo'yicha yo'riqnomadan o'tkazish.

Tadbirkor uchun kasbiy bilimlar kerakligi to'g'risida xulosa chiqarish zarurdir. Ularni mustaqil ta'lim olish yo'li bilan ham o'rganish mumkin. Biroq bu juda qiyindir. Ta'lim berishda eng asosiysi – ta'lim berish predmetini o'rganish emas, balki o'zida intuitsiya asosida fikr yuritish, qaror qabul qilishning tadbirkorlik stereotipini shakllantirishdir.

Maslahat berish tadbirkorlik faoliyati bir tadbirkorlik tizimi tomonidan boshqasiga ko'rsatadigan yetarli darajada keng bo'lgan xizmatlar majmuini ifodalaydi. Tadbirkorlik loyihalar bo'yicha maslahatlar berishni ajratib ko'rsatish maqsadga muvofiqdir.

Professional darajadagi tadbirkorlik o'z ichiga tadbirkorlik g'oyalari ekspert baholash, uni amalga oshirish chizmasi, texnik hisoblar va tavsiyalar kabi xizmatlarni qamrab oladi va g'oyani amalga oshirishda samaradorlikni sezilarlicha oshirish mumkin.

Maslahat berish, shuningdek, tadbirkorlikning innovatsion sohasini ham qamrab oladi. Bunda konsultant tadbirkorga ishlab chiqarish muammolarining yangi innovatsion yechimlarini (*yangi texnologiyalar nou-xau, qurilmalar boshqaruv tizimi va hokazo*) qo'llashni tavsiya qiladi.

Hujjatlashtirish va nashr qilish tadbirkorlik faoliyati tadbirkorlarni ishlab chiqarishning aniq shartlarini talab qilinuvchi hujjatlari namunalari, shuningdek, tadbirkorga amaliy faoliyatida yordam beruvchi qo'llanmalar bilan ta'minlaydi.

Marketing tadbirkorlik faoliyati ishbilarmon kishiga bozor, ya'ni iste'molchi talablariga to'liq mos harakat qilishga yordam beradi. Tovarga bo'lgan talab, mumkin bo'lgan baho, bozorga chiqishning eng qulay vaqtini tanlash reklama chiqish kabi barcha tavsiyalar tadbirkorlarga o'z faoliyatining samaradorligini oshirishga yordam beradi.

Reklama tadbirkorlik faoliyati – bu tadbirkorlik faoliyati natijalarining tashrif qog'ozidir. Bu iste'molchilarni egallash usuli va o'z iste'molchilari doirasini shakllantirish vositasidir.

Huquqiy tadbirkorlik faoliyati bu – samarali qaror qabul qilish va tavsiyalar berishga qaratilgan bo'lib, tadbirkorni faoliyat yuritishini osonlashtiradi. Sherik bilan o'z munosabatlarini qanday qilib to'g'ri (*hujjatli va tarkiban*) rasmiylashtirish, ortiqcha soliq yukidan qutilish – kabi boshqa tavsiyalar tadbirkorga huquqiy xizmat tomonidan ko'rsatiladi.

Yuqorida sanab o'tilgan axborot bilan ta'minlash yo'nalishlari insonlar uchun tadbirkorlik bilan shug'ullanishni qaror qilganda mustaqil faoliyat yo'nalishi sifatida qaralishi mumkin. Biroq, ular shunday infratuzilmani tashkil qiladilarki, ularning xizmatlaridan tadbirkor omadga erishishida foydalanishi mumkin. Chunki omadning tarkibiy qismi bo'lib yuzaga kelgan muammolarni yechishning professional darajasi hisoblanadi.

Shuningdek, zaruriy axborot olishning yana bir imkoniyati bor. Bu tushunish murakkab bo'lgan, «tijorat siri» shaklidagi yashirin axborotdir. Har bir tadbirkorda o'zining deyarli barcha faoliyatlari bo'yicha o'z tijorat siri mavjud va zarur axborotni olish usuli qoidadan

mustasno emas. O'z axborot manbaiga ega bo'lish har bir tadbirkor uchun juda muhimdir. Ularning ayrimlari uchun esa bunday faoliyat birinchi o'rinda turadi.

Shunga e'tiborni qaratish kerakki, axborotlarni ma'lum darajada tahlil qilish madaniyatini o'zimizda ishlab chiqishimiz zarur, chunki busiz tadbirkorlar omadga erishishi juda qiyin bo'ladi.

12.3. Zamonaviy tadbirkorga xos fazilatlar va xususiyatlar

Tadbirkorlik bugungi kunda jamiyatda quyidagicha tasdiqlangan ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlar orqali belgilanadigan ikkala shakldan birini tanlay bilishi mumkin:

- tadbirkorlik asosiy faoliyat sifatida;
- tadbirkorlik asosiy faoliyatga qo'shimcha faoliyat sifatida;

Agar ikkinchi shakl haqida gap boradigan bo'lsa, u holda eng avvalo shuni ta'kidlash lozimki, bugungi kunda ko'pgina professional jamoalar o'z faoliyatini tadbirkorlikka murojaat qilmasdan amalga oshira olmaydi. Shuning uchun ko'pgina maktablar, o'quv maskanlari o'z binolarining bir qismini ijaraga berishadi, undan olingan mablag'larni o'z professional vazifalarini amalga oshirishga, takomillashtirishga sarflashadi. Albatta, bunday faoliyatni tadbirkorlikning nisbatan qoloq shakliga kiritish mumkin, chunki u asosan majburiy xususiyatga ega.

Birinchi shakl tadbirkorlikni rivojlantirishning eng istiqbolli yo'nalishidir. Biroq shuni ta'kidlash lozimki, ko'pgina tadbirkorlik tuzilmalari doimiy emas, vaqtinchalik boshqa turga o'tuvchi tavsifga ega, chunki kapitalni asosan vositachilik faoliyatiga qo'yishadi. Vositachilik faoliyati, avval aytib o'tganimizdek, istalgan jamiyatda kasbiy faoliyat sifatida maydonga chiqadi. Shishirilgan vositachilik tuzilma, albatta, uning ko'pgina tarkibiy qismlarining nobud bo'lishiga olib keladi. Ancha uzoqni ko'zlovchi bugungi kunda vositachilikdan asosiy daromadni oluvchi tadbirkorlar, o'z kapitallarini tadbirkorlik sohasining eng barqaror qismi sifatida ishlab chiqarish sohasiga yo'naltirishmoqda.

Har xil baholashlarga ko'ra, kasbiy darajada tadbirkorlik bilan mustaqil faoliyat yurituvchi aholining 6–8%dan ko'p bo'lmagan qismi shug'ullana oladi. Tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchilar oson bo'lmagan sharoitlarda yutib chiqishga harakat qilishadi. Aslida gap, tadbirkorlik

bilan shug'ullanuvchi shaxslarning o'zgaruvchan tuzilma va iqtisodiy munosabatlar tizimida o'z o'rnini topishi haqida bormoqda.

Shu paytning o'zida kasbiy faoliyat sifatidagi tadbirkorlik haqida gap boradigan bo'lsa, u holda bunday faoliyat tadbirkorlik omadiga bog'liq bo'lgan ma'lum bir sifatlar bo'lishini nazarda tutadi. Tadbirkorlik omadiga yordam beruvchi shaxsiy sifatlar qaysilar? Ko'pgina tadqiqotlar tadbirkorning quyidagi xususiyatlarini ajratib ko'rsatadi:

- g'oyalarning maqsadga muvofiqligi;
- o'ziga bo'lgan ishonch;
- zarur jamoani tanlash qobiliyati;
- muloqotga kirishuvchanlik.

Biroq bu muammoning boshqa tomonini ham ko'rib chiqsak. Haqiqiy omad, albatta romantik intilishlarga qobiliyati bo'lmagan, o'ziga ishonmagan, barcha odamlarga shubha bilan qarovchi, samimiy hurmat va do'stlikka kirisha olmaydigan, boshqalarning fikrlarini qabul qilmaydigan, o'zini tahliliy ishlar bilan qiynamaydigan shaxslarga kulib boqmaydi.

Shuningdek, quyidagi xususiyatlarga ega bo'lgan insonlar tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanmasligi kerak:

- dangasa bo'lgan (*ham ruhan, ham jismonan*);
- o'z-o'zini sevmaydigan;
- o'z-o'zini hurmat qilmaydigan;
- boshqalarni yaxshi ko'rmaydigan, boshqalar bilan muomala qilishni xohlamaydigan;
- o'qishni va doimiy ravishda o'z bilimini to'ldirib borishni xush ko'rmaydigan;
- o'z-o'zini o'z ishi, vatani ravnaqi yo'lida qurbon qilishga tayyor bo'lmagan;
- g'oya va loyihalarni qurishga, ijodga xohishi bo'lmagan.

Shunday qilib, tadbirkorlik bilan o'z kuchiga tayana olmaydigan shaxslarga shug'ullanishi maslahat qilinmaydi. Tadbirkorlik eng avvalo, mustaqillik va javobgarlikdir. Bu doimo ham ma'lum bir moddiy va moliyaviy resurslarga egalikni nazarda tutmaydi.

Tadbirkorlik deganda ma'lum bir loyihalarnigina tushunish o'rinsiz, chunki ular keyinroq ham paydo bo'lishi mumkin, dastavval esa tadbirkorlik oddiy ishlar bilan boshlanishi mumkin. Bir narsani unutmash kerak: *tadbirkorlik nafaqat mustaqillik, balki mas'uliyat,*

javobgarlik hamdir. Bunga tayyor bo'lgan shaxsgina boshqalarga nisbatan ko'proq tadbirkorlik omadiga erishadi.

12.4. Oilaviy tadbirkorlik – mustahkam oila poydevori

Demak, yuqoridagilardan kelib chiqqan holda aytish mumkinki, tadbirkorlik faoliyati bilan har bir jamiyatimiz a'zosi, yetti yoshdan yetmish yoshgacha bo'lgan istalgan bir fuqarosi, tashabbuskor kishi shug'ullanishi kerak. Boshqacha aytganda, «*Tadbirkorlik bilan har kim, har kuni shug'ullanishi kerak*» desak aslo xato bo'lmaydi. Chunki, rivojlangan xorijiy davlatlardagi kabi bizda ham tadbirkorlar *millatning oltin jamg'armasiga* aylanib ulgurdi. Aynan shuning uchun ham tadbirkorlik faoliyati va kichik biznesning davlat hamda jamiyatimiz rivojidadagi alohida o'rni e'tirof etilgan holda, yurtboshimiz tomonidan o'tgan «*2011-yil – Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili*» deb e'lon qilindi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik (KBXT) faoliyatini alohida olingan bir shaxs darajasidan, oila darajasiga, mahalliy, mintaqaviy, milliy, xalqaro tadbirkorlik darajasigacha ko'tarish maqsadida hukumatimiz tomonidan mustaqillik yillarida yuzaga qonunlar, qaror va farmonlar hamda boshqa huquqiy-me'yoriy hujjatlar qabul qilindi.

Xususan, Yurtboshimiz I.A.Karimov KBXTning shakllaridan biri bo'lgan oilaviy tadbirkorlik va biznesning mamlakatimiz iqtisodiyoti uchun naqadar muhim ahamiyatga molik ekanligi to'g'risida to'xtalib, «O'ylaymanki, bugungi kunda kichik biznes va tadbirkorlikni kengaytirish uchun biznesning yangi tashkiliy-huquqiy shakli sifatida oilaviy biznesni qonuniy belgilab qo'yish vaqti keldi. Mamlakatimizda biznesni tashkil qilishning ushbu shakli biznesni yuritishda yuzaga kelgan milliy an'analarimizga, xo'jalik yuritish faoliyatining mavjud holatiga to'la mos keladi. Ishonchim komilki, bunday biznesni tashkil qilishning qonunchilik bazasi yaratilsa, oilaviy biznesning huquqiy kafolatlarini kuchaytirish, iqtisodiyotning turli sohalarida uning jadal va keng rivojlanishi, yangi ish o'rinlarining ochilishiga sharoit tug'iladi¹» deb ta'kidlab o'tdilar.

Darhaqiqat, mamlakatimizda o'tgan «2011-yil – Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili»ning mantiqiy davomi sifatida joriy 2012-yilni

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining 2010-yil 12-noyabrda qo'shma majlisidagi «Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi» mavzusidagi ma'ruzasini o'rganish bo'yicha o'quv-uslubiy majmua. T., – 2010. 120-bet.

«Mustahkam oila yili» deb e’lon qilindi. O‘zbekistonda mustaqillik yillarida oila manfaatlari, ona va bola huquqlari himoyasi, turmush tarzi, oila a’zolarining ruhiyati va tarbiyasi, bir so‘z bilan aytganda, barkamol avlodni voyaga yetkazish davlat siyosati darajasiga ko‘tarildi.

Shu sababli ham, mamlakatimizda mustaqillik yillarida iqtisodiyotni modernizatsiyalash va ko‘p ukladli iqtisodiyotni shakllantirish borasida amalga oshirilayotgan tub islohotlar oilalarning oddiy iste’mol qiluvchi subyektdan xo‘jalik yurituvchi subyekt sifatida namoyon bo‘lishi, iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida ular faoliyatiga nafaqat iste’molchi sifatida, balki ishlab chiqarishda, oila xo‘jaligini yuritishda bozor tamoyillariga to‘liq javob bera oladigan bozor iqtisodiyotining mustaqil subyekt sifatida qarashni taqozo etmoqda.

Bugungi kunda respublikamizning barcha mintaqalarida, tuman va shaharlarida, hatto chekka qishloqlarida ham oila xo‘jaligida tadbirkorlik va biznesni rivojlantirish oila daromadlarini ko‘paytirish va aholi bandligini ta’minlashning muhim omili bo‘lib xizmat qilmoqda. Shuning uchun ham oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish borasida bir qator me’yoriy hujjatlar, jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «Yirik sanoat korxonalari bilan kasanachilikni rivojlantirish asosidagi ishlab chiqarish va xizmatlar o‘rtasida kooperatsiyani kengaytirishni rag‘batlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi va «O‘zbekiston Respublikasida 2006–2010-yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi Farmonlari, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Oilaviy tadbirkorlikni hamda hunarmandchilik faoliyatini rivojlantirish va kengaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi 216-sonli Qarori va bular asosida «Kasanachilik to‘g‘risida Nizom», «Tijorat banklari tomonidan oilaviy tadbirkorlik subyektlariga bandlikka ko‘maklashish jamg‘armasi kreditlari hisobidan mikrokreditlar berish tartibi to‘g‘risida Nizom» va «Oilaviy tadbirkorlikni hamda hunarmandchilik faoliyatini amalga oshirish tartibi to‘g‘risida Nizom» kabi me’yoriy hujjatlar qabul qilindi. Bularning barchasi oila mehnati va mulkiga tayangan holda ishlab chiqarish hamda xizmat ko‘rsatish sohalarida oilaviy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga qaratilgan. Bu esa oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishga zamin yaratish va qo‘llab-quvvatlash orqali uni oila xo‘jaligining muhim daromad manbaiga aylantirish yo‘lida hukumatimiz tomonidan ko‘rilayotgan chora-tadbirlarning yaqin kunlarda o‘z samarasini berishidan hamda tadbirkorlikning istiqbolli shakllaridan biri bo‘lib qolishidan dalolat beradi.

Darhaqiqat, KBXT, kasanachilik va oilaviy tadbirkorlikning mamlakatimizda mehnatga layoqatli aholini ish bilan ta'minlash, aholi daromadlari va farovonligini oshirishdagi roli benihoya kattadir. Jumladan, 2011-yilda mamlakatimizda yaratilgan 960 mingdan ortiq ish o'rinlarining 600 mingdan ortig'i yoki 64,0 foizi KBXT va fermer xo'jaliklariga, 210 mingdan ortig'i kasanachilik sohasiga to'g'ri keladi. Shuningdek, aholining daromadlari tarkibida tadbirkorlik faoliyatidan olinayotgan daromad ulushi 47 foizni tashkil etmoqda¹

Haqiqatan ham, oilaviy tadbirkorlik (OT) va biznes, kasanachilik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish mamlakatimiz porloq kelajagining kafolati sifatida maydonga chiqmoqda.

Dastlab tadbirkorlik oilaviy biznes sifatida paydo bo'ldi, chunki mehnatni ijtimoiy taqsimoti jarayonida mehnatga asoslangan aynan qarindosh-urug'larining faoliyatni uyda amalga oshiriluvchi hunarmandchilik ustaxonalari vujudga keldi. Keyinchalik esa turli mulk shakllarining paydo bo'lishi oila va tadbirkorlik haqida alohida mustaqil kategoriyalar sifatida fikr yuritishga imkon berdi.

Zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda tadbirkorlik turli nuqtayi nazarlardan tahlil qilinib, uning siyosiy-huquqiy, iqtisodiy, tashkiliy-boshqaruv, ijtimoiy-ruhiy jihatlari qarab chiqiladi.

Oila huquqi nazariyasi yoki huquqiy jihatdan oila deganda nikoh qarindoshchilik, bolalarni rasmiylashtirib farzand qilib olish yoki tarbiyalash uchun u yoki bu shaklda oilaga qabul qilishdan kelib chiquvchi shaxsiy mulkiy va nomulkiy huquqlari, majburiyatlari bilan o'zaro bog'langan shaxslar guruhi tushuniladi²

Oilaviy korxonani ochish – murakkab, ko'p darajali jarayon bo'lib, bir qator shartlarni bajarilishini talab qiladi. Haqiqatda **oilaviy korxon**a deb mulkning asosiy qismi yoki boshqaruv oila a'zolarining qo'lida bo'lgan va oila a'zolarining bir qismi bevosita mazkur korxonada ishlovchi istalgan korxonaga aytiladi. Odatda, oilaviy biznesning shakllari shahardagi oilaviy korxonalarni hamda qishloqda faoliyat yurituvchi dehqon, fermer xo'jaliklarining farqlanishini taqozo etadi. Chunki ularning faoliyat ko'rsatish shart-sharoitlari, ish boshlash talablari bir-biridan tubdan farq qiladi.

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning 2011-yilning asosiy yakunlari va 2012-yilda O'zbekistonda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi «2012-yil vatanimiz taraqqiyotini yangi bosqichga ko'taradigan yil bo'ladi» mavzusidagi ma'ruzasi\ O'zbekiston ovozi, 2012-yil 21-yanvar, b.2

² Большой юридический словарь. М.: Инфра-М.2006.

Shahar joylarida oilaviy tadbirkorlik yirik va o'rta biznes uchun xos bo'lmagan sohalarda o'z o'rini topishga intiladi. Bular mayda ulgurji va chakana savdo, maishiy xizmat ko'rsatish, restoran biznesi, choyxona va oshxonalar, kafe va barlar, aholiga transport xizmati ko'rsatish, ta'mirlash va qurilish, buxgalterlik ishlari va audit kabilardir.

Oilaviy tadbirkorlikda alohida o'rinni bir necha avlodlar almashinuvi davomida aksiyalarning nazorat paketlari bitta oila qo'lida bo'lgan yirik korporatsiyalar, aksiyadorlik jamiyatlar, «moliyaviy imperiyalar» tutadi. Bunday «korxonani» KBXT subyektlari toifasiga kiritib bo'lmaydi, biroq ular uncha katta bo'lmagan oilaviy kompaniyalardan o'z faoliyatlarini boshlashgan.

O'zbekiston Respublikasida oilaviy tadbirkorlikning dinamik rivojlanishi ularning taraqqiyoti uchun muhim bo'lgan rivojlangan davlatlardagi kabi institutsional shart-sharoitlarni yaratishga qaratilgan chora-tadbirlarni amalga oshirishni taqozo etadi. G'arb tadqiqotchilarining ma'lumotlariga ko'ra, oilaviy tadbirkorlik subyektlari umumiy kichik korxonalarining 68 foizini tashkil etadi¹.

Oilaviy tadbirkorlik KBXTning o'ziga xos tashkiliy-huquqiy shakli sifatida mamlakat iqtisodiyotidagi ahamiyati katta bo'lib, u bir qator afzalliklarga ega²:

1. Moslashuvchanlik va innovatsiyalarning yuqori darajasi, o'zgaruvchan bozor talablariga tez moslashish qobiliyati.

2. Oila institutini mustahkamlash kabi muhim ijtimoiy vazifani bajaradi, bolalarni muvaffaqiyatli tarbiyalashga imkon bergani holda, ularni ijtimoiylashtirishga hamda demografik muammolarni hal qilishga imkon beradi.

3. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga bo'lgan yuqori intilish darajasini ta'minlaydi.

4. Iqtisodiyotning barqaror rivojlanishining zaruriy sharti bo'lgan fuqarolarning tadbirkorlik nuqtayi nazaridan o'z-o'zini ro'yobga chiqarishga imkon beradi.

5. Jamiyatda ijtimoiy-iqtisodiy holatning barqarorlashuviga imkon beradi.

Bir necha yuz yillar davomida shakllangan g'arb mamlakatlarida tadbirkorlikning rivojlanish tarixi ko'rsatishicha, tadbirkorlik oilani mustahkamlanishiga imkon beradi, oila ichidagi ziddiyatlar miqdorini kamaytiradi va maishiy muammolarni yechish imkoniyatlarini oshiradi.

¹ Деловая Москва. 2006. №25. (16). С.11.

² Salayev S., Fayzullayev N., Tadjiyev B. O'zbekistonda oilaviy tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish yo'nalishlari.-T.: «Fan va texnologiya», 2011, b.22.

Oilaviy biznes uchun moslashuvchanlik va barqarorlik xos bo'lib, barqaror oilaviy aloqalar oilaviy korxonalar biznes-tuzilmasida o'z ifodasini topadi va bu esa iqtisodiy faoliyat yuritish tavakkalchiligini pasaytiradi, uning barcha a'zolar rag'batlantirish darajasini oshiradi.

Qarindoshlar ishlaydigan firma bolalarni, oilaning keksa a'zolarini, jismoniy imkoniyati cheklangan kishilarni ishga joylashtirishga imkon beradi. Ularning oila ishida to'la-to'kis qatnashish bola va o'smirlarni ijtimoiylashtirish, ularni kelgusi mehnat faoliyatiga moslashtirish imkonini beradi.

Xo'jalik yuritishning kichik shakli sifatida oilaviy korxonalar yirik firmalarning yanada samarali faoliyat yuritishiga yordam beradi. Odatda, oilaviy korxonalar mahalliy xomashyoda mahalliy bozor uchun ishlagani holda, mintaqaviy bozorni rivojlantirish, takomillashtirishni uncha katta bo'lmagan doimiy buyurtmalar bilan ta'minlashga xizmat qiladi.

Bundan tashqari, oilaviy tadbirkorlikni rivojlanishi ijtimoiy-siyosiy va iqtisodiy barqarorlikning omillaridan biri bo'lgan, «o'rta sinfni» o'sishining asosi bo'lib xizmat qiladi.

Shunday qilib, oilaviy tadbirkorlik zamonaviy O'zbekiston iqtisodiyotida jamiyatning siyosiy barqarorligi va demokratik rivojlanishning kafolati bo'lgan o'rta sinfni shakllantirish, yangi ish o'rinlarini tashkil etish, iste'molchilar va bozorning tez o'zgaruvchan talablariga muvofiq holda tovar va xizmatlar ishlab chiqarish, innovatsion xarakterga ega bo'lgan, tavakkalchilikka asoslangan yangi mahsulot va xizmatlarni tez, qulay va oson o'zlashtirish, shaxsning ichki salohiyatini ochishiga, mehnat faoliyatida o'z-o'zini namoyon qilishiga ko'maklashish, jamiyat ruhiyatini o'zgartirish va aholining aksariyat qismi qadriyatlarini yo'nalishini yangi ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarga moslashtirish, olingan malaka va bilimlarni sinab ko'rish uchun «poligon», iste'molchilar bilan bevosita mustahkam aloqalar o'rnatish kabi **iqtisodiy vazifalarni** bajaradi¹.

Shuningdek, oilaviy tadbirkorlikning iqtisodiy vazifalaridan tashqari **ijtimoiy vazifalari** ham mavjud. Xususan, ijtimoiy keskinlikni yumshatish, bozor munosabatlarini demokratlashtirish, yirik biznesdagiga nisbatan ish o'rinlarini yaratish qariyb o'n marta arzon bo'lganligidan kambag'allikka qarshi kurash va ishsizlik darajasini kamaytirish, ish beruvchilarning ko'pgina toifalari tomonidan ijtimoiy

¹ Salayev S., Fayzullayev N., Tadjiyev B. O'zbekistonda oilaviy tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish yo'nalishlari.-T.: «Fan va texnologiya», 2011, b.23.

ishlab chiqarish jarayonida kam foydalaniladigan pensioner, talaba va o'quvchi, nogironlar kabi mehnat resurslarini mehnat faoliyatiga faol jalb qilish, ijtimoiy-mehnat munosabatlari sohasida demokratiyani kengaytirish shular jumlasidandir¹.

Islohotlarning muvaffaqiyatli amalga oshirilishi ko'pincha, fuqarolarning jamiyatda amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning yo'nalishlari, me'yorlari va qadriyatlar haqidagi tasavvurlariga bog'liq.

Ma'lumki, har qanday mamlakat fuqarolarining mentaliteti tadbirkorlik munosabatlariga ham bevosita ta'sir ko'rsatadi. Oilaviy tadbirkorlik rivojlanishiga mentalitetning ta'sirini o'rganar ekanmiz, O'zbekistonda uning quyidagicha namoyon bo'lishiga amin bo'lamiz:

1. Milliy mentalitet oilaviy korxonaning tashqi institutsional muhitiga jiddiy shakllantiruvchi ta'sir ko'rsatadi.

2. Oilaviy biznes korxonalarida mehnat munosabatlari oilaviy munosabatlarda «rollarning» qanday taqsimlanishi haqidagi an'anaviy qarashlar asosida quriladi.

MDH mamlakatlarida ko'pchilik fuqarolarning tadbirkorlik faoliyatiga bo'lgan munosabatlarini o'rganish bo'yicha o'tkazilgan sotsiologik so'rov natijalariga ko'ra, so'ralganlarning 82 foizi KBXTga ijobiy munosabatda va 10 foizigina salbiy munosabatda ekanligi aniqlangan. Oilaviy tadbirkorlikka va mayda-chuydalar bilan savdo qiluvchi «ko'cha biznesi»ga esa 75 foiz respondentlar ijobiy va 15 foiz respondentlar esa salbiy munosabatda ekanligini bildirishgan. Yuqoridagilardan aholining mazkur biznes turiga munosabati ijobiy ekanligi ko'rinadi. Shuni alohida ta'kidlash joizki, jamiyatda tadbirkorlikka bo'lgan munosabatlar birinchi navbatda juda aniq va ravshan deb bo'lmaydi. Chunki, kichik va oilaviy tadbirkorlik to'g'risida so'ralgan respondentlarning 2/3 qismida tanish-bilish tadbirkorlari, 42 foizida – yaqin do'stlari, 1/4 qismida – uzoq qarindoshlari, 1/5 qismida esa yaqin qarindoshlari tadbirkor ekanligi aniqlangan².

Mentalitetning ta'siri oilaviy korxonada ichki mehnat munosabatlarini qurishda ham o'z ta'sirini ko'rsatadi. O'zbekiston iqtisodiyotida zamonaviy oilaviy tadbirkorlik korxonasini odatda erkak kishi (oila boshi) boshqaradi va moliyaviy hisob, nazorat ayol kishi tomonidan boshqariladi.

¹ O'sha joyda: b.24.

² Чепуренко А.Ю. Предпринимательский потенциал российского общества анализ и рекомендации по содействию вовлечению населения в малый бизнес// Экономическая социология (электронный журнал). Т.4. №2, март,2003. С.32–35.

Respublikamizda oilaviy biznes uchun xos bo'lmagan xususiyatlarga quyidagilarni kiritishimiz mumkin: qarindoshlar o'rtasida iqtisodiy munosabatlarni huquqiy mustahkamlanganligi, lavozim majburiyatlari bilan oilaviy majburiyatlar o'rtasidagi «chegara»ning aniq qo'yilganligi, ayollarning biznesga aralashuv darajasining yuqoriligi.

O'zbekiston Respublikasida oila institutining holati, bugungi kunda uning rivojlanishida hal qilinishi lozim bo'lgan ijtimoiy-iqtisodiy va axloqiy-ruhiy nuqsonlar borligidan dalolat beradi. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining ma'lumotlariga ko'ra, 2008-yilda Respublikamizda 246 mingta nikohga qariyb 16,1 mingta ajralishlar to'g'ri kelgan, ya'ni 6,5 foiz oilalar barbod bo'lgan¹. Albatta, bu ko'rsatkich boshqa mamlakatlardagiga qaraganda ancha kam hisoblanadi va respublikamizda oila institutining nisbatan mustahkamligidan darak beradi. Chunki, Rossiya Federatsiyasida 2003-yilda 1091,8 ming nikohga 798,8 ming ajralish to'g'ri kelgan yoki mazkur mamlakatdagi 73,1 foiz oilalar barbod bo'lgan².

Bu esa istiqbolda jamiyatning muhim bo'g'ini bo'lgan oila institutini rivojlantirishda mahalla fuqarolar yig'ini, «Oila» respublika ilmiy-amaliy markazi kabi jamoatchilik tashkilotlari rivojlanishini yanada kuchaytirishni taqozo etadi.

BMT ma'lumotlariga ko'ra, kichik korxonalar, mikrofirmalar va oilaviy tadbirkorlik subyektlari dunyoning 50 foiz mehnatga layoqatli aholisi uchun asosiy ish beruvchi hisoblanadi, masalan AQSHda kichik korxonalar 60 foiz yangi ish o'rinlarini yaratadi. Respublikamizda ham bu ko'rsatkich 2011-yil yakunlariga ko'ra qariyb 60 foizdan ortiq ish o'rin KBXT subyektlari ulushi tomonidan yaratilgan. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida ham ishsizlik muammosi ko'pgina rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarda KBXT subyektlari tomonidan yechilgan.

BMT va Xalqaro Mehnat Tashkiloti (XMT) kabi xalqaro tashkilotlar tomonidan kichik, shu jumladan, OT kambag'allikka qarshi kurashning strategik yo'nalishlaridan biri sifatida qaraladi. 2003-yilda bo'lib o'tgan XMT ning 91-sessiyasida Xalqaro mehnat byurosi bosh direktorining ma'ruzasida «Mehnat qashshoqlikka qarshi kurash vositasi», tadbirkorlik kambag'allikni yengishning muhim vositasi, ijtimoiy keskinlikni yumshatishning asosiy quroli sifatida qaraladi³.

¹ O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari.

² Российский статистический ежегодник. 2004. С.123.

³ «Mehnat qashshoqlikka qarshi kurash vositasi sifatida» nomli xalqaro mehnat byurosi Direktorining 2003-yildagi ma'ruzasii/ www.iCo.ru.

XMT ning 91-sessiyasidagi yuqoridagi nomi tilga olingan ma'ruzada keltirilgan takliflarni respublikamiz amaliyotiga moslagan holda, bir qator ijtimoiy muammolarni keskinligini kamaytirishga imkon beruvchi, OTning raqobatbardoshligini qo'llab-quvvatlovchi quyidagi taklif va tavsiyalarni berish mumkin¹:

- mahalliy ishlab chiqaruvchilar raqobat afzalliklarini oshirish, davlat va munitsipial mulkdan foydalanish bo'yicha imtiyozlar berish, ish beruvchi tadbirkorlar uchun soliq preferensiyalarini taqdim etish, kreditlashning imtiyozli shartlari, kredit oluvchilar xarajatlarining bir qismini subsidiyalash va h.k.;

- ommaviy axborot vositalarini tadbirkorlik tashabbuslarini rivojlanish muammosiga yanada kengroq jalb qilish, tadbirkorlikning ijobiy qiyofasini, OTning jamiyat va davlatning rivojidagi tutgan o'rni yoritishga bag'ishlangan ijtimoiy reklama roliklarini kuchaytirish, «o'z kelajagingni o'zing qur» ruknida tele va radioeshittirishlarni ko'paytirish, tadbirkorlik tashabbuslarini OAVda ommaviy targ'ib qilish;

- mintaqalar aholisi uchun o'z xususiy biznesini yuritish masalalari bo'yicha doimiy «ishonch telefonlari»ni tashkil qilish.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda, aynan mustahkam oila yili davlat dasturi doirasida respublikamizning barcha mintaqalarida turli mehnat shartnomalariga asoslangan kasanachilik faoliyati, oilaviy tadbirkorlik shakllarini rivojlantirish aholi turmush farovonligi va daromadlarini, ish bilan bandlik darajasini yanada oshishiga olib keladi deb o'ylaymiz.

Mavzuga oid tayanch iboralar

Tadbirkorlik omadi, tadbirkorlik madaniyati, tadbirkorlik axloqi, tadbirkorlik siri, tadbirkorlik javobgarligi, tadbirkorlik mas'uliyati, ratsionallashtirish, tadbirkorlik mustaqilligi, cheklangan resurslardan foydalanish, tijorat axboroti, axborot manbalari, axborotni tahlil qilish madaniyati, oilaviy tadbirkorlik, oilaviy korxonalar, oilaviy tadbirkorlik afzalliklari, oilaviy tadbirkorlikning iqtisodiy vazifalari, oilaviy tadbirkorlikning ijimoiy vazifalari, oilaviy tadbirkorlikning raqobatbardoshligi omillari.

¹Salayev S., Fayzullayev N., Tadjiyev B. O'zbekistonda oilaviy tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish yo'nalishlari.-T.: «Fan va texnologiya», 2011, B.27.

Mavzuni o'rganish yuzasidan nazorat savollari va topshiriqlar

1. Tadbirkorlik omadi deganda nimani tushunasiz?
2. Tadbirkorlik mas'uliyati va javobgarligi nima?
3. Tadbirkorlik mustaqilligi va erkinligi O'zbekiston Respublikasining qaysi me'yoriy hujjatlari bilan kafolatlanadi?
4. Tadbirkorning omadga erishishida axborotning o'rnini qanday?
5. O'zbekistonda tadbirkorlarga yaratilgan sharoitlar, imtiyozlar haqida nimalarni bilasiz?
6. «Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili», «Mustahkam oila yili» Davlat dasturlari doirasida respublikamizda tadbirkorlar uchun qanday ijobiy ishlar amalga oshirildi va sharoitlar yaratildi?
7. Oilaviy tadbirkorlikning iqtisodiy vazifalari nimalardan iborat?
8. Oilaviy tadbirkorlikning ijtimoiy vazifalari nimalardan iborat?
9. Oilaviy tadbirkorlikning afzalliklari qanday?
10. Oilaviy tadbirkorlik qaysi me'yoriy hujjatlar bilan tartibga solinadi?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

I. O'zbekiston Respublikasi Qonunlari

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. –T.: «O'zbekiston», 1992.
2. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksi.
3. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi, 1996, 2,5,6-sonlar.
4. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining axborotnomasi, 2002, 1-son, 10-modda.
5. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Axborotnomasi, 2004, 1-2-son, 4-modda;
6. O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2008, 47, 52-sonlar.

II. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmonlari va Vazirlar Mahkamasi Qarorlari

7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 27.01.2010-y.dagi PQ-1271-sonli «Barkamol avlod yili Davlat dasturi to'g'risida»gi Qarori.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28-iyuldagi PF-4232-sonli «Ta'lim muassasalarining bitiruvchilarini tadbirkorlik faoliyatiga jalb etish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi Farmoni.
9. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 5-fevraldagi 54-sonli qaroriga ilova: Mahsulot(ish, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining tarkibi hamda moliyaviy natijalarini shakllantirish tartibi to'g'risida Nizom.
10. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2004-yil 12-avgustdagi 387-sonli «Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi jismoniy shaxslarni ro'yxatdan o'tkazishni tartibga solish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qarori.
11. «Tadbirkorlik subyektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 14-iyundagi PF-3619-sonli Farmoni\\Soliq va bojxona xabarlari\\ № 26 (570), 2005-yil 20-iyun. 2-bet.
12. «Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirishni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida» gi

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 20-iyundagi PF-3620-sonli Farmoni \\\ Soliq va bojxona xabarlarini \\\ № 26 (570), 2005-y. 20-iyun.3–4-bet.

13. «Tadbirkorlik subyektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab etganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish to‘g‘risida» gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 15.06.2005-y.dagi 100-Qarori \\\ Soliq va bojxona xabarlarini \\\ № 26 (570), 2005-yil 20-iyun.4–5-bet.

14. Respublikamiz Prezidentining «Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish va hisobga qo‘yish bo‘yicha xabardor qilish tartibini joriy etish to‘g‘risida»gi PQ-357-sonli Qarori.24.05.2006-y.

15. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 5-oktabrdagi 3665-sonli «Tadbirkorlik subyektlarini tekshirishni qisqartirish va tekshirishlar tizimini yanada takomillashtirish bo‘yicha chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi Farmoni.

16. «Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish va hisobga qo‘yish tizimini takomillashtirish to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 22.08.01-yildagi 347-son Qarori.

17. «Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag‘batlantirish bo‘yicha respublika muvofiqashtiruvchi kengashi faoliyatini faollashtirish to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2000-yil 17-fevraldagi 57-son Qarori.

18. «Tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bilan shug‘ullanishni tartibga solish to‘g‘risida»gi 2002-yil 4-iyundagi 197-son qaroriga qo‘shimchalar kiritish haqida» O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2002-yil 5-noyabrdagi 380-son Qarori.

III. Prezident asarlari va ma’ruzalari

19. Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O‘zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo‘llari va choralari. –T.: «O‘zbekiston», 2009. - 56 b.

20. Karimov I.A. Yuksak ma’naviyat – yengilmas kuch. – T.: «Ma’naviyat», 2009. - 173 bet.

21. Karimov I.A. O‘zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo‘lida. – T.: «O‘zbekiston», 1995. - 267 b.

22. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining 2010-yil 12-noyabrdagi qo‘shma majlisidagi «Mamlakatimizda

demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi» mavzusidagi ma’ruzasini o’rganish bo’yicha o’quv-uslubiy majmua. T., – 2010.

23. Prezident Islom Karimovning O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 18 yilligiga bag‘ishlangan tantanali marosimdagi «Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo‘lini izchil davom ettirish – taraqqiyotimizning muhim omilidir» mavzusida ma’ruzasi // Xalq so‘zi, 2010-yil, 7-dekabr.

24. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning 2011-yilning asosiy yakunlari va 2012-yilda O‘zbekistonni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi «2012-yil vatanimiz taraqqiyotini yangi bosqichga ko‘taradigan yil bo‘ladi» mavzusidagi ma’ruzasi\ O‘zbekiston ovozi, 2012-yil, 21-yanvar.

IV. O‘zbekiston Respublikasi vazirliklarining me’yoriy-huquqiy hujjatlari

25. O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligining 2010-yil 30-oktabrdagi 407-sonli buyrug‘i.

26. OATB «Mikrokreditbank» Bosh boshqarmasi yillik statistik ma’lumotlari. 2005–2010-y.

27. O‘zbekiston lizing beruvchilar uyushmasi yillik hisobot ma’lumotlari. Toshkent, 2005–2010-y.

28. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari. 2000–2010-y.

V. Darslik, o‘quv qo‘llanma, ilmiy monografiya, maqolalar va boshqa asarlar

29. Абалкин Л.И. Заметки о российском предпринимательстве.-Прогресс-Академия, 1994. С.12.

30. Avesto. T.: «Sharq», 2001.

31. Abu Nasr Forobiy. Fozil odamlar shahri. T., 1991.

32. Amir Temur. Temur tuzuklari. T., 1997.

33. Alisher Navoiy. Mahbub ul-qulub. T., 1993.

34. Bobur Z.M. Boburnoma. T., 1989.

35. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. Киев «МП «ИТЕМ» ЛТД, «Юнайтед Лондон Трейд Лимитед», 1995 - 448 с. Л., 408 с;
36. Букато В.И., Львов Ю.И. Банки и банковские операции в России \ Под ред. М.Х.Лапидуса. - М.: ФиС,1996., 226-332 с.
37. Банки и банковские операции: Учебник для ВУЗов\ Е.Ф. Жуков, -М.: Банки и биржи «ЮНИТИ», 1997.
38. Бусыгин А.В. Предпринимательство. М.: Инфра-М. 1997, С.396.
39. Большая экономическая энциклопедия. Москва: Эксмо, 2007. С.273.
40. Большой юридический словарь. М.: Инфра-М.2006.
41. Бернар И., Колли Ж. - К. Толковый экономический и финансовый словарь. Французская, русская, английская, немецкая, испанская терминология: в 2-х тт.-ТЛ: Пер. с фр.- М: Международные отношения, 1994. - 784 с. Л-507 с;
42. Банковское дело: Учебник / Под ред. проф. В.И. Колесникова, проф. Л.П. Кроливецкой. - М.: Финансы и статистика, 1995. - 480 с.: Л-289-307 с.
43. Беруний. Сборник статей к 1000 летию со дня рождения. Т.: ФАН, 1973, 121-130 с.
44. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами: Пер. с англ./ Гл. ред. серии Я. В. Соколов. - М.: Финансы и статистика, 1996.- с: ил. - (Серия по бухгалтерскому учету и аудиту) Л 557-582 с. ;
45. Горемыкин В.А. «Лизинг. Практическое учебно-справочное пособие». - М.: ИНФРА-М, 1997.
46. Do'stjanov T.D., Salayev S.K. Iqtisodiyot va tadbirkorlik asoslari. -Т.: IQTISOD-MOLIYA, 2006.
47. Деловая Москва. 2006. №25. (16). С11.
48. Доунс Дж, Гудман Дж. Эллиот. Финансово-инвестиционный словарь. -М.: ИНФРА-М, 1997.
49. Yo'ldoshev Q. Ibn Sinoning iqtisodiy qarashlari. - Andijonoma, 1998, 3-noyabr.
50. Yo'ldoshev Q., Q.Muftaydinov, V.Abdurahmonov. Ulug'bek. -Т.: IQTISOD-MOLIYA, 2006, 70-bet.
51. «Quroni Karim». -Т., 1992.
52. Козлова Е.П. Бухгалтерский учет в коммерческих банках. -М.: Финансы и статистика. 1996. - 432 с.;

53. Muxtasar: (shariat qonunlariga qisqacha sharh). –Т.: «Cho‘lpon», 1994.

54. «Mehnat qashshoqlikka qarshi kurash vositasi sifatida» nomli xalqaro mehnat byurosi direktorining 2003-yildagi ma’ruzasi. www.iCo.ru.

55. Марков О.М., Сахарова Л.С., Сидоров В.Н. Коммерческие банки и их операции: Уч.пособие. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.- 65-75 с.;

56. Nizom ul-Mulk. Siyosatnoma. –Т., 1997.

57. Прилуцкий Л.Н. Лизинг. Правовые основы лизинговой деятельности в Российской Федерации. –М.: Изд-во «Ось», 1996, 128 с.;

58. Райзберг Б.А. Экономическая энциклопедия для детей и взрослых. –М.: АОЗТ «Нефтехиминвест», 1995.;

59. Роуз Питер С. Банковский менеджмент. Пер. с англ., со 2-го изд. –М.: « Дело Л т д », 1995.-768 с. Л -173 с.;

60. Ричард Брейли, Стюарт Майерс. Принципы корпоративных финансов: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп - Бизнес», 1997. 1120 с.

61. Розенберг Дж. М. Инвестиции: Терминологический словарь. –М.: ИНФРА-М,1997.-400 с.- (Библиотека словарей ИНФРА-М). С.182.

62. Розенберг Дж. М. Словарь банковских терминов. –М.: ИНФРА-М, 1997.

63. Salayev S. Iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish sharoitida kichik va o‘rta biznes: muammolar, tahlillar va istiqbolllar. –Т.:«Fan», 2002.

64. Salayev S. Kichik biznes rivojlanish tendensiyalarini modellashtirish va bashoratlash: nazariya, uslubiyot va amaliyot. –Т.: «Fan», 2007.

65. Salayev S., Fayzullayev N., Tadjiyev B. O‘zbekistonda oilaviy tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish yo‘nalishlari. –Т.: «Fan va texnologiya», 2011.

66. Salayev S.K. Tadbirkorlik – mustahkam oila poydevori // Xorazm haqiqati gazetasi, 11-fevral 2012-yil, 5-bet.

67. Салаев С.К. Предпринимательство-надежный фундамент // Хорезмская правда, 28 марта 2012 года, С.4-5.

68. Федоров Б.Г. Англо-русский толковый словарь валютно-кредитных терминов. –М.: «Финансы и статистика», 1992.

69. Чепуренко А.Ю. Предпринимательский потенциал российского общества: анализ и рекомендации по содействию вовлечению населения в малый бизнес // Экономическое социология (электронный журнал). Т.4. №2, март,2003. С.32-35.

70. Шамхалов Ф.. Роль предпринимателя в рыночной экономической системе. М.:Маркетинг, 1997. № 3.С.95.

71. Шумпетер Й.. Теория экономического развития. М.,1982, с. 186

72. Yusuf Xos Hojib. Qutadg‘u bilik. T., 1991.

73. Hadislar, 2-jild. T., 1997.

VI. Internet tarmog‘i veb-saytlari va manzillari

74. www.gov.uz

75. www.chamber.uz

76. www.stat.uz

77. www.lex.uz

78. www.cbu.uz

ILOVALAR

1-ilova

O'zbekiston Respublikasida hozirgi davrda amal qilib turgan kichik biznes subyektlarining guruhlanishi

<i>Tarmoq yo'nalishi</i>	<i>1992-yil 26-fevraldagi ilovaga binoan</i>	<i>1995-yil 21dekabrda-gi qonunga binoan</i>	<i>1998-yil 9-apreldagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoniga binoan</i>			<i>2003- yil 30-avgustdagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoniga binoan</i>		
			<i>Mikrofir-ma</i>	<i>Kichik korxonona</i>	<i>O'rta korxonona</i>	<i>Yakka tadbirkor-lar</i>	<i>Mikro-firma</i>	<i>Kichik korxonona</i>
<i>Sanoat</i>	200 kishigacha	50 kishigacha	10 kishigacha	40 kishigacha	40dan 100 kishigacha		20 kishigacha	21 dan 100 kishigacha
<i>Qurilish</i>				20dan 100 kishigacha				
<i>Qishloq xo'jaligi va ish-lab chiqarish sohasi-ning boshqa tarmoqlari</i>	50 kishigacha	25 kishigacha	10 kishigacha	20 kishigacha	20dan 30 kishigacha		20 kishigacha	21dan 50 kishigacha
<i>Ulgurji savdo</i>								
<i>Chakana savdo</i>	15 kishigacha	5 kishigacha					5 kishigacha	
<i>Fan va ilmiy xizmat ko'rsatish</i>	100 kishigacha	10 kishigacha	5 kishigacha	10 kishigacha	10dan 20 kishigacha		10 kishigacha	6dan 25 kishigacha
<i>Noishlab chiqarish so-hasini boshqa tarmoq-lari</i>	25 kishigacha	10 kishigacha						

ILOVA

Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risida NIZOM

Mazkur Nizomga quyidagilarga muvofiq o'zgartirishlar kiritilgan
O'zR VM 11.06.2003-y. 261-son Qarori,
O'zR VM 16.06.2003-y. 270-son Qarori,
O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori,
O'zR VM 25.12.2003-y. 567-son Qarori,
O'zR VM 28.12.2004-y. 610-son Qarori,
O'zR Prezidentining 27.12.2005-y. PQ-244-son Qarori,
O'zR VM 18.10.2006-y. 217-son Qarori,
O'zR Prezidentining 18.12.2006-y. PQ-532-son Qarori,
O'zR VM 21.05.2007-y. 105-son Qarori,
O'zR VM 02.10.2008-y. 221-son Qarori,
O'zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qarori,
O'zR VM 17.02.2010-y. 22-son Qarori.

Umumiy qoidalar

A. Moliyaviy natijalarni shakllantirish
B. Xo'jalik yurituvchi subyektning moliya-xo'jalik faoliyati bilan bog'liq xarajatlar ro'yxati

1. Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ning ishlab chiqarish tannarxiga kiritiladigan xarajatlar tarkibi
 - 1.1. Ishlab chiqarish bilan bog'liq moddiy xarajatlar
 - 1.2. Ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan mehnatga haq to'lash xarajatlari
 - 1.3. Ishlab chiqarishga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar

1.4. Asosiy vositalar va ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan nomoddiy aktivlar amortizatsiyasi

1.5. Ishlab chiqarish tusidagi boshqa xarajatlar

2. Davr xarajatlari

2.1. Sotish xarajatlari

2.2. Ma'muriy xarajatlar

2.3. Boshqa operatsiya xarajatlariga quyidagilar kiradi:

2.4. Hisobot davrining kelgusida soliq solinadigan bazadan chiqariladigan xarajatlari

3. Moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar

4. Favqulodda zararlar

V. Xo'jalik yurituvchi subyektlarning ishlab chiqarish

xo'jalik faoliyati natijasida olinadigan daromadlar ro'yxati

1. Sotishdan olinadigan sof tushum

2. Asosiy ishlab chiqarish faoliyatidan olinadigan boshqa daromadlar

3. Moliyaviy faoliyatdan olinadigan daromadlar

4. Favqulodda foyda

G. Tovar-moddiy zaxiralarni, tugallanmagan ishlab chiqarishlarni, shuningdek, kelgusi davrlar xarajatlarini baholash

D. Soliq solinadigan bazani aniqlash

UMUMIY QOIDALAR

Mazkur Nizom xo'jalik yurituvchi subyektlar-yuridik shaxslarning, shuningdek, yuridik shaxs bo'lmagan holda tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslarning mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlarini aniqlashning yagona metodologik asoslarini belgilaydi.

Nizom buxgalteriya hisobi va soliq solish maqsadlarida xarajatlarni hisoblab chiqishda paydo bo'ladigan tafovutlar hisobga olingan holda ishlab chiqilgan. Xo'jalik yurituvchi subyektlarning raqobatbardoshligini aniqlash maqsadida ular faoliyatining xarajatlarini hisoblab chiqish va moliyaviy natijalarini aniqlash buxgalteriya hisobining asosiy maqsadi hisoblanadi.

O‘zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qaroriga muvofiq ikkinchi xat boshining uchinchi jumlasini chiqarib tashlangan

Soliq solinadigan daromad (foyda) xo‘jalik yurituvchi subyektlar xarajatlarining ayrim moddalarini soliq haqidagi qonunlarga muvofiq soliq solinadigan bazaga kiritish yo‘li bilan aniqlanadi.

Nizomda xarajatlarni guruhlash va moliyaviy natijalarni shakllantirishning asosiy qoidalari mavjuddir.

O‘zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qaroriga muvofiq to‘rtinchi xat boshi chiqarib tashlangan

1-ilovada hisobot davridagi sof foydani hisoblab chiqishda korxonalar daromadlaridan chiqarib tashlanadigan, biroq soliq haqidagi qonunlarga muvofiq daromad (foyda)dan olinadigan soliqni hisoblab chiqishda xo‘jalik yurituvchi subyektning soliq solinadigan bazasiga kiritiladigan xarajatlar moddalarini keltirilgan.

O‘zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qaroriga muvofiq to‘rtinchi xat boshi chiqarib tashlangan

2-ilovada ular paydo bo‘lgan paytda soliq solinadigan bazadan chiqarib tashlanmaydigan, biroq keyingi yoki ancha keyingi davrlarda (vaqtdagi tafovut) chiqarib tashlanadigan xarajatlar ro‘yxati beriladi.

Mazkur Nizom asosida ayrim tarmoqlar xarajatlari tarkibi va ularni hisobga olish xususiyatlari O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi, Davlat soliq qo‘mitasi bilan kelishilgan holda tegishli vazirliklar va idoralar, xo‘jalik birlashmalari (korporatsiyalar, konsernlar, uyushmalar, kompaniyalari va boshqalar) tomonidan aniqlanadi. (O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi xat boshi)

A. MOLIVAVIY NATIJALARNI SHAKLLANTIRISH

(O‘zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qarori tahriridagi bo‘lim)

Nizomda keltirilgan xarajatlar tasnifi eng avvalo buxgalteriya hisobida xarajatlarni to‘g‘ri va to‘liq aks ettirishga, shuningdek, xo‘jalik

yurituvchi subyektning moliyaviy hisobotini tuzish uchun uning faoliyati moliyaviy natijalarini (foyda yoki zararni) aniqlashga yo'naltirilgandir.

Xo'jalik yurituvchi subyekt faoliyatining moliyaviy natijalari foydaning quyidagi ko'rsatkichlari bilan tavsiflanadi:

– mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda, bu sotishdan olingan sof tushum bilan sotilgan mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi o'rtasidagi tafovut sifatida aniqlanadi:

$$YAF=SST-IT,$$

bunda,

YAF – yalpi foyda;

SST – sotishdan olingan sof tushum;

IT – sotilgan mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi;

– asosiy faoliyatdan ko'rilgan foyda, bu mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda bilan davr xarajatlari o'rtasidagi tafovut va plus asosiy faoliyatdan ko'rilgan boshqa daromadlar yoki minus boshqa zararlar sifatida aniqlanadi:

$$AFF=YAF-DX+BD-BZ,$$

bunda,

AFF–asosiy faoliyatdan olingan foyda;

DX–davr xarajatlari;

BD–asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar;

BZ–asosiy faoliyatdan ko'rilgan boshqa zararlar;

– xo'jalik faoliyatidan olingan foyda (yoki zarar), bu asosiy faoliyatdan olingan foyda summasi plus moliyaviy faoliyatdan ko'rilgan daromadlar va minus zararlar sifatida hisoblab chiqiladi:

$$UF=AFF+MD-MX,$$

bunda,

UF – umumxo'jalik faoliyatidan olingan foyda;

MD – moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar;

MX – moliyaviy faoliyat xarajatlari;

– soliq to'langungacha olingan foyda, u umumxo'jalik faoliyatidan olingan foyda plus favqulodda (ko'zda tutilmagan) vaziyatlardan ko'rilgan foyda va minus zarar sifatida aniqlanadi:

$$STF=UF+FP-FZ,$$

bunda, .

STF – soliq to'langungacha olingan foyda;

FP – favqulodda vaziyatlardan olingan foyda;

FZ – favqulodda vaziyatlardan ko'rilgan zarar;

– yilning sof foydasi, u soliq to‘langandan keyin xo‘jalik yurituvchi subyekt ixtiyorida qoladi, o‘zida foydadan to‘lanadigan soliqni va minus qonun hujjatlarida nazarda tutilgan boshqa soliqlar va to‘lovlarni chiqarib tashlagan holda soliqlar to‘langunga qadar olingan foydani ifodalaydi:

SF=STF-DS-BS,

bunda,

SF – sof foyda;

DS – foydadan to‘lanadigan soliq;

BS – boshqa soliqlar va to‘lovlar.

**B. XO‘JALIK YURITUVCHI SUBYEKTNING MOLIYA-
XO‘JALIK FAOLIYATI BILAN BOG‘LIQ
XARAJATLAR RO‘YXATI**

(O‘zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qarori tahriridagi bo‘lim)

Mazkur Nizomga muvofiq mahsulot (ishlar, xizmatlar) tannarxiga kiritiladigan xarajatlar va davr xarajatlari ro‘yxati:

– xo‘jalik yurituvchi subyekt faoliyatining rentabelligini va bozor raqobatbardoshligini aniqlash uchun mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish davomida xo‘jalik yurituvchi subyektda paydo bo‘ladigan barcha xarajatlar to‘g‘risida buxgalteriya hisobi schyotlarida to‘liq va aniq axborot shakllantirilishi;

– soliq solinadigan bazani to‘g‘ri aniqlash maqsadida belgilanadi.

Mazkur Nizomga muvofiq barcha xarajatlar quyidagilarga guruhlanadi:

– mahsulotning ishlab chiqarish tannarxiga kiritiladigan xarajatlar:

a) bevosita va bilvosita moddiy xarajatlar;

b) bevosita va bilvosita mehnat xarajatlari;

d) boshqa bevosita va bilvosita xarajatlar, shu jumladan, ishlab chiqarish xususiyatlariga ega bo‘lgan ustama xarajatlar;

– ishlab chiqarish tannarxiga kiritilmaydigan, biroq asosiy faoliyatdan olingan foydada hisobga olinadigan hamda **davr xarajatlariga** kiritiladigan xarajatlar:

a) sotish xarajatlari;

b) boshqarish xarajatlari (ma‘muriy sarf-xarajatlar);

d) boshqa operatsion xarajatlar va zararlar;

– xo‘jalik yurituvchi subyektning umumxo‘jalik faoliyatidan olingan foyda yoki zararlarni hisoblab chiqishda hisobga olinadigan

xo‘jalik yurituvchi subyektning moliyaviy faoliyati bo‘yicha xarajatlari:

- a) foizlar bo‘yicha xarajatlar;
- b) xorijiy valuta bilan operatsiya bo‘yicha salbiy kurs tafovutlari;
- d) qimmatli qojozlarga qo‘yilgan mablag‘larni qayta baholash;
- e) moliyaviy faoliyat bo‘yicha boshqa xarajatlar.

Favqulodda zararlar, u foydadan olinadigan soliq to‘langunga qadar foyda yoki zararlarni hisoblab chiqishda hisobga olinadi.

1. MAHSULOT (ISHLAR, XIZMATLAR)NING ISHLAB CHIQRISH TANNARXIGA KIRITILADIGAN XARAJATLAR TARKIBI

Mahsulot (ishlar, xizmatlar) ishlab chiqarish tannarxiga bevosita mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish bilan bog‘liq bo‘lgan, ishlab chiqarish texnologiyasi va uni tashkil etish bilan shartlangan xarajatlar kiritiladi. Ularga quyidagilar tegishli bo‘ladi: bevosita va bilvosita moddiy xarajatlar, bevosita va bilvosita mehnat xarajatlari, boshqa bevosita va bilvosita xarajatlar, shu jumladan, ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo‘lgan ustama xarajatlar.

Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ning ishlab chiqarish tannarxini hosil qiluvchi xarajatlar ularning iqtisodiy mazmuniga ko‘ra quyidagi elementlar bilan guruhlariga ajratiladi:

- ishlab chiqarish moddiy xarajatlar (qaytariladigan chiqitlar qiymati chiqarib tashlangan holda);
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo‘lgan mehnatga haq to‘lash xarajatlari;
- ishlab chiqarishga tegishli bo‘lgan ijtimoiy sug‘urtaga ajratmalar;
- asosiy fondlar va ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo‘lgan nomoddiy aktivlar amortizatsiyasi;
- ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo‘lgan boshqa xarajatlar.

1.1. ISHLAB CHIQRISH BILAN BOG‘LIQ MODDIY XARAJATLAR

Ishlab chiqarish bilan bog‘liq moddiy xarajatlarga quyidagilar tegishli bo‘ladi:

1.1.1. Ishlab chiqariladigan mahsulotning asosini tashkil etib, uning tarkibiga kiradigan yoki mahsulot tayyorlashda (ishlarni bajarishda,

xizmatlar ko'rsatishda) zarur tarkibiy qism hisoblangan chetdan sotib olinadigan xomashyo va materiallar.

1.1.2. Normal texnologiya jarayonini ta'minlash va mahsulotlarni o'rash uchun mahsulot (ishlar, xizmatlar) yoki boshqa ishlab chiqarish eitiyojlariga sarflanadigan (asbob-uskunalar, binolar, inshootlar va boshqa asosiy vositalar sinovini o'tkazish, nazorat qilish, saqlash, tuzatish va ulardan foydalanish) uchun ishlab chiqarish jarayonida foydalaniladigan xarid qilinadigan materiallar, shuningdek, asbob-uskunalarni tuzatish uchun ehtiyot qismlar, inventarlarning, xo'jalik buyumlarining va asosiy vositalarga kirmaydigan boshqa mehnat vositalarining qiymati. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

1.1.3. Sotib olinadigan, kelgusida ushbu xo'jalik yurituvchi subyektda montaj qilinadigan yoki qo'shimcha ishlov beriladigan butlovchi buyumlar va yarim tayyor mahsulotlar.

1.1.4. Tashqi yuridik va jismoniy shaxslar, shuningdek, xo'jalik yurituvchi subyektning ichki tarkibiy bo'linmalari tomonidan bajariladigan faoliyatning asosiy turiga tegishli bo'lmagan ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan ishlar va xizmatlar.

Ishlab chiqarish xarakteriga ega bo'lgan ishlar va xizmatlarga mahsulot tayyorlash bo'yicha ayrim operatsiyalarni bajarish, xomashyo va materiallarga ishlov berish, iste'mol qilinayotgan ashyo va materiallar sifatini aniqlash uchun sinovlar o'tkazish, belgilangan texnologik jarayonlarga rioya etilishi ustidan nazorat qilish, asosiy ishlab chiqarish fondlarini tuzatish va boshqalar tegishli bo'ladi.

Xo'jalik yurituvchi subyekt ichida tashqi yuridik shaxslarning transport xizmatlari (xomashyo, materiallar, instrumentlar, detallar, tanavorlar, yuklarning boshqa turlarini bazis (markaziy) ombordan sexga keltirish va tayyor mahsulotni saqlash uchun omborga keltirish) ham ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan xizmatlarga tegishli bo'ladi.

1.1.5. Tabiiy xomashyo (yer rekultivatsiyasiga ajratmalar, ixtisoslashtirilgan yuridik shaxslar tomonidan amalga oshiriladigan yerni rekultivatsiya qilish ishlariga haq to'lash), ildizi bilan beriladigan daraxtga haq to'lash, korxonalar tomonidan suv xo'jaligi tizimlaridan beriladigan iste'mol qilinadigan suv uchun haq to'lash. Sanoatning xomashyo tarmoqlari uchun yog'och, taxta materallaridan yoki foydali qazilmalardan (rudadan) foydalanishga huquqlarning amortizatsiya qilinadigan qiymati yoki atrof-muhitni tiklash xarajatlari. (O'zR VM

15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

1.1.6. Texnologik maqsadlarga, energiyaning barcha turlarini ishlab chiqarishga, binolarni isitishga sarflanadigan yonilg'ining chetdan sotib olinadigan barcha turlari, xo'jalik yurituvchi subyektlarning transporti tomonidan bajariladigan ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish bo'yicha transport ishlari.

1.1.7. Xo'jalik yurituvchi subyektning texnologik transport va boshqa ishlab chiqarish va xo'jalik ehtiyojlariga sarflanadigan barcha turdagi xarid qilinadigan energiya. (Xo'jalik yurituvchi subyektning o'zi tomonidan ishlab chiqariladigan elektr energiyasiga va energiyaning boshqa turlariga, shuningdek, xarid qilinadigan energiyani iste'mol joyigacha transformatsiya qilish va uzatish xarajatlari xarajatlarning tegishli elementlariga kiritiladi).

1.1.8. Ishlab chiqarish sohasida moddiy boyliklarning yaroqsizlanishi va kam chiqishi. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

1.1.9. Xo'jalik yurituvchi subyektning transporti va xodimlari tomonidan moddiy resurslarni yetkazish bilan bog'liq xarajatlar (yuklash va tushirish ishlari ham shu jumlagi kiradi) ishlab chiqarish xarajatlarning tegishli elementlariga kirishi kerak (mehnatga haq to'lash xarajatlari, asosiy fondlar amortizatsiyasi, moddiy xarajatlar va boshqalar).

1.1.10. Xo'jalik yurituvchi subyektlar tomonidan moddiy resurslarni yetkazib beruvchilardan olinadigan idishlar ham moddiy resurslar qiymatiga kiritiladi.

1.1.11. Mahsulot tannarxiga kiritiladigan moddiy resurslar xarajatlaridan qaytariladigan chiqitlar qiymati va idish va o'rash-joylash materiallari qiymati ularning amalda sotilishi, foydalanilishi yoki omborga kirim qilinishi narxi bo'yicha chiqarib tashlanadi.

1.1.12. «Moddiy xarajatlar» elementi bo'yicha aks ettiriladigan moddiy resurslar qiymati sotib olish narxidan, shu jumladan, barter bitishuvlarida, qo'shimcha narx (ustama)dan, ta'minot, tashqi iqtisodiy tashkilotlar tomonidan to'lanadigan vositachilik taqdirlashlaridan, tovar birjalari xizmatlari qiymatidan, shu jumladan, brokerlik xizmatlaridan, bojlar va yig'imlardan, soliqlardan (korxonaga keyinchalik qarz surishish, masalan, qo'shilgan qiymat solig'i tarzida qaytarib oladiganlardan tashqari), transportda tashishga haq to'lashdan, tashqi yuridik shaxslar tomonidan amalga oshiriladigan saqlash va yetkazib berishga haq

to'lashdan kelib chiqib shakllanadi. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

1.2. ISHLAB CHIQRISH XUSUSIYATIGA EGA BO'LGAN MEHNATGA HAQ TO'LASH XARAJATLARI

Ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan mehnatga haq to'lash xarajatlari tarkibiga quyidagi moddalar kiritiladi:

1.2.1. Xo'jalik yurituvchi subyektda qabul qilingan mehnatga haq to'lash shakllari va tizimlariga muvofiq bajarilgan narxnomalar, tarif stavkalari va lavozim maoshlaridan kelib chiqib hisoblangan amalda bajarilgan ish uchun ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan hisoblangan ish haqi, shu jumladan, xo'jalik yurituvchi subyektni mukofotlash to'g'risidagi nizomlarda nazarda tutilgan rag'batlantiruvchi tusdagi to'lovlar. (O'zR Prezidentining 27.12.2005-y. PQ-244-son Qarori tahriridagi band).

1.2.2. Kasb mahorati va murabbiylik uchun tarif stavkalariga va okladlarga ustamalar.

1.2.3. Ish rejimi va mehnat sharoitlari bilan bog'liq bo'lgan kompensatsiya tusidagi to'lovlar, shu jumladan:

1.2.3.1. Texnologik jarayon jadvalida nazarda tutilgan tungi vaqtda, ishdan tashqari vaqtda, dam olish va bayram (ishlanmaydigan) kunlarda ishlanganlik uchun tarif stavkalari va okladlarga ustamalar va qo'shimcha haq;

1.2.3.2. Ko'p smenali rejimda ishlanganlik, kasblarni birga qo'shib olib borganlik va xizmat ko'rsatish zonalarini kengaytirganlik uchun ustamalar;

1.2.3.3. Hukumat tomonidan tasdiqlangan kasblar va ishlar ro'yxati bo'yicha og'ir, zararli, alohida zararli mehnat va tabiiy-iqlim sharoitlarida ishlanganlik uchun ustamalar, shu jumladan, ushbu sharoitlardagi uzluksiz ish staji uchun ustamalar;

1.2.3.4. Aloqa, temir yo'l, daryo, avtomobil transporti va katta yo'llar xodimlarining va doimiy ishi yo'lda o'tadigan yoki qatnov tusiga ega bo'lgan boshqa xodimlarning ish haqiga, xo'jalik yurituvchi subyekt joylashgan joydan jo'nagan paytidan boshlab shu joyga qaytib kelgan paytgacha to'lanadigan yo'lda o'tgan har bir sutka uchun to'lanadigan ustamalar;

1.2.3.5. Qurilishda, rekonstruksiya qilishda va mukammal ta'mirlashda bevosita band bo'lgan, shuningdek, qonun hujjatlarida

nazarda tutilgan hollarda vaxta usuli bilan ishlarni bajarishgan xodimlar uchun ishning ko'chma va qatnov xususiyati uchun ustama;

1.2.3.6. Doimiy ravishda yer osti ishlarida band bo'lgan xodimlarga ularning shaxtada (konda) ish joyiga jo'nab ketishlaridan va orqaga qaytishlarigacha o'tadigan normativ vaqt uchun qo'shimcha haq;

1.2.3.7. Mehnatga haq to'lashning rayonlar bo'yicha tartibga solinishiga, shu jumladan, rayon koeffitsiyentlari va amaldagi qonun hujjatlariga muvofiq cho'l, suvsiz va yuqori tog' joylarida ishlaganlik uchun koeffitsiyentlar bilan belgilangan to'lovlar;

1.2.3.8. Xo'jalik yurituvchi subyekt joylashgan joydan (yig'ilish punktidan) ish joyiga va orqaga qaytadigan yo'lda o'tadigan kunlar uchun vaxtada ishlash jadvalida nazarda tutilgan, shuningdek, xodimlarning meteorologiya sharoitlariga ko'ra va transport tashkilotlarining aybi bilan yo'lda tutilib qolingun kunlar uchun tarif stavkasi, oklad miqdorida to'lanadigan summalar (vaxta usulida ishni bajarishda).

1.2.4. Ish vaxta usulida tashkil etilganda, ish vaqti jamlanib hisoblanganda va qonun hujjatlari bilan belgilangan boshqa hollarda xodimlarga ularga ish vaqtining normal davom etishidan ortiq ishlaganligi munosabati bilan beriladigan dam olish (ortiqcha ishlangan ish vaqti uchun dam olish) kunlari uchun haq to'lash.

1.2.5. Ishlanmagan vaqt uchun haq to'lash:

1.2.5.1. Amaldagi qonun hujjatlariga muvofiq navbatdagi (har yilgi) va qo'shimcha ta'tillar, navbatdagi (har yilgi) foydalanilmagan va qo'shimcha ta'tillar uchun kompensatsiyalar, o'smirlarning imtiyozli soatlari, bolani ovqatlantirish uchun onalar ishidagi tanaffuslar, shuningdek, tibbiy ko'riklardan o'tish bilan bog'liq vaqt uchun haq to'lash.

1.2.5.2. Majburiy ta'tilda bo'lgan xodimlarga, asosiy ish haqini qisman saqlab qolgan holda, haq to'lash.

1.2.5.3. Donor xodimlarga qonni tekshirish, topshirish kunlari uchun va qon topshirilgan har bir kundan keyin beriladigan dam olish kunlari uchun haq to'lash.

1.2.5.4. Davlat vazifalarini bajarganlik uchun (harbiy yig'inlar, favqulodda vaziyatlar bo'yicha yig'inlar va boshqalar) mehnat haqi to'lash.

1.2.6. Xo'jalik yurituvchi subyekt shtatida turmaydigan xodimlar mehnatiga ular tomonidan fuqarolik-huquqiy tusdagi tuzilgan shartnomalar bo'yicha ishlar bajarilganligi uchun haq to'lash, agar

bajarilgan ish uchun xodimlar bilan hisob-kitob xo'jalik yurituvchi subyektning o'zi tomonidan amalga oshirilsa pudrat shartnomasi ham shu jumlagi kiradi.

1.2.7. Belgilangan tartibga muvofiq ishlab chiqarish jarayonida qatnashuvchi xodimlar mehnatiga haq to'lash fondiga kiritiladigan to'lovlarning boshqa turlari.

1.3. ISHLAB CHIQRISHGA TEGISHLI BO'LGAN IJTIMOIY SUG'URTAGA AJRATMALAR

Ijtimoiy sug'urtaga ajratmalarga quyidagilar kiradi:

1.3.1. Qonun hujjatlari bilan belgilangan normalar bo'yicha mehnatga haq to'lash fondiga ijtimoiy tUSDagi majburiy ajratmalar.

1.3.2. Nodavlat pensiya jamg'armalariga va ixtiyoriy sug'urtaning boshqa turlariga ajratmalar. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

1.4. ASOSIY VOSITALAR VA ISHLAB CHIQRISH AHAMIYATIGA EGA BO'LGAN NOMODDIY AKTIVLAR AMORTIZATSIYASI

Asosiy vositalar va ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan nomoddiy aktivlar amortizatsiyasi bo'yicha xarajatlar tarkibiga quyidagilar kiradi:

1.4.1. Asosiy ishlab chiqarish fondlarining dastlabki (tiklash) qiymatidan kelib chiqib hisoblangan amortizatsiya ajratmalari summasi (hisoblangan eskirish), lizing bo'yicha va belgilangan tartibda tasdiqlangan normalar, qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan jadallashtirilgan amortizatsiya ham shu jumlagi kiradi.

1.4.2. Ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan nomoddiy aktivlar (Gudvill (firmaning narxi)dan tashqari) eskirishi har oyda xo'jalik yurituvchi subyekt tomonidan dastlabki qiymati va ulardan foydali foydalanish muddatidan (biroq xo'jalik yurituvchi subyekt faoliyati muddatidan ortiq emas) kelib chiqib hisoblanadigan mahsulot (ishlar, xizmatlar) tannarxiga tegishli bo'ladi. Foydali foydalanish muddatini aniqlash imkoni bo'lmagan nomoddiy aktivlar bo'yicha eskirish normasi besh yil hisobiga belgilanadi, biroq xo'jalik yurituvchi subyekt faoliyati muddatidan ortiq emas. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

1.5. ISHLAB CHIQRISH TUSIDAGI BOSHQA XARAJATLAR

Ishlab chiqarish tusidagi boshqa xarajatlarni hisobga olishning navbatdagi kompleks moddalari 1.1, 1.2., 1.3, 1.4-bandlarda keltirilgan xarajatlar elementlari bo'yicha ajratiladi.

1.5.1. Ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko'rsatish xarajatlari.

1.5.1.1. Ishlab chiqarishni xomashyo, materiallar, yonilg'i, energiya, instrument, moslamalar va boshqa mehnat vositalari va buyumlari bilan ta'minlash xarajatlari.

1.5.1.2. Asosiy ishlab chiqarish fondlarini ish holatida saqlash xarajatlari (texnik ko'rik va qarov, o'rtacha, joriy va mukammal tuzatish xarajatlari). Asosiy ishlab chiqarish vositalarini barcha turda (joriy, o'rtacha, mukammal) tuzatishlarni xo'jalik yurituvchi subyektning o'z kuchini bilan o'tkazish ishlab chiqarish xarajatlarining tegishli elementlari (moddiy xarajatlar, mehnat haqi to'lash xarajatlari va boshqalar) bo'yicha mahsulot (ishlar, xizmatlar) tannarxiga kiritiladi.

Zarurat bo'lganda, ayrim tarmoqlarning xo'jalik yurituvchi subyektlari O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligining ruxsati bilan mukammal tuzatish ishlarini o'tkazish uchun mablag'lar zaxirasini tashkil qilishlari mumkin. Ushbu zaxiraga ajratmalar «Ishlab chiqarish tusidagi boshqa xarajatlar» elementi tarkibida aks ettiriladi va ko'zda tutilayotgan xarajatlar qiymati hamda asosiy vositalar har bir obyektini mukammal tuzatishlarning davriyligidan kelib chiqqan holda aniqlanadi. Zaxiraga ajratmalar normasi har bir hisobot yili oxirida qayta ko'rib chiqiladi va zarurat bo'lganda yangi moliya yili uchun ajratmalar miqdori ko'paytirilishi yoki kamaytirilishi mumkin. Agar mukammal tuzatishga zaxira mablag'lari summasi ushbu obyektini tuzatishga qilingan haqiqiy xarajatlar summasidan oshib ketsa, oshib ketgan summa bo'yicha tuzatish kiritilishi kerak; agar haqiqiy xarajatlar zaxiradagidan oshib ketsa, u holda oshib ketgan summa «Ishlab chiqarish tusidagi boshqa xarajatlar» elementi tarkibida aks ettiriladi.

1.5.1.3. Yong'indan saqlash va qo'riqlashni hamda xo'jalik yurituvchi subyektlarning texnikaviy foydalanish qoidalari bilan nazarda tutilgan boshqa maxsus talablarni ta'minlash, ular faoliyatini nazorat qilish xarajatlari.

Idoradan tashqari qo'riqlash xarajatlari bunday qo'riqlash mavjud bo'lishini talab qiluvchi mazkur ishlab chiqarishga maxsus talablar

mavjud bo'lgan taqdirda mahsulot (ishlar, xizmatlar) tannarxiga kiritilishi mumkin.

1.5.1.4. Ishlab chiqarish faoliyatiga tegishli bo'lgan asosiy vositalarni joriy ijaraga olish bilan bog'liq xarajatlar.

1.5.1.5. Tabiatni muhofaza qilish maqsadlaridagi fondlarni saqlash va ulardan foydalanish xarajatlari, shu jumladan atrof tabiiy muhit ifloslantirilganligi va chiqindilar joylashtirilganligi uchun kompensatsiya to'lovlari. (O'zR VM 16.06.2003-y. 270-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

1.5.1.6. Ishlab chiqarish xususiyatlari bilan bog'liq bo'lgan va qonun hujjatlarida nazarda tutilgan mehnatning normal sharoitlarini va texnika xavfsizligini ta'minlash xarajatlari.

1.5.1.7. Xodimlarning ishlab chiqarish jarayonida bevosita qatnashishi bilan bog'liq bo'lgan sog'liqni muhofaza qilish tadbirlari.

1.5.1.8. Tekin ko'rsatiladigan kommunal xizmatlar, oziq-ovqat, ayrim tarmoqlar xodimlariga oziq-ovqatlar qiymati, xo'jalik yurituvchi subyekt xodimlariga beriladigan tekin uy-joy haqini to'lash xarajatlari (yoki uy-joy, kommunal xizmatlar va boshqalar uchun pul kompensatsiyasi summasi).

1.5.1.9. Amaldagi qonun hujjatlariga muvofiq tekin beriladigan va shaxsiy foydalanishda qoladigan buyumlar qiymati (shu jumladan, formal kiyim-bosh, maxsus ovqatlar) (yoki ular pasaytirilgan narxlar bo'yicha sotilishi munosabati bilan imtiyozlar summasi).

1.5.1.10. Ishlab chiqarish jarayoniga tegishli bo'lgan boshqaruvning texnik vositalarini, aloqa uzellarini, signalizatsiya vositalarini, boshqaruvning boshqa texnik vositalarini, hisoblash markazlarini saqlash va ularga xizmat ko'rsatish xarajatlari.

1.5.1.11. Qonun hujjatlariga muvofiq ishlab chiqarishda band bo'lgan xodimlarni tibiiy ko'rikdan o'tkazganlik uchun tibbiy muassasalarga haq to'lash.

1.5.2. Ishlab chiqarish xodimlarini ishlab chiqarish jarayoniga tegishli bo'lgan xizmat safarlariga yuborish bo'yicha xarajatlar. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

1.5.3. Ishlab chiqarish xodimlarini va ishlab chiqarish aktivlarini majburiy va ixtiyoriy sug'urta qilish xarajatlari. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

1.5.4. Brak tufayli kelib chiqadigan yo'qotishlar.

1.5.5. Ishlab chiqarishning ichki sabablariga ko'ra bekor turishlar tufayli yo'qotishlar.

1.5.6. Kafolatli xizmat muddati belgilangan buyumlarni kafolatli tuzatish va ularga kafolatli xizmat ko'rsatish xarajatlari.

1.5.7. Mahsulot (xizmatlar)ning majburiy sertifikatliya qilish xarajatlari.

1.5.8. Ishlab chiqarish jarohatlari tufayli mehnat qobiliyati yo'qolishi munosabati bilan tegishli vakolatli organlarning qarorlari asosida va qarorlarisiz to'lanadigan nafaqalar.

1.5.9. Umumiy foydalaniladigan yo'lovchilar transporti xizmat ko'rsatmaydigan yo'nalishlarda xodimlarni ish joyiga olib borish va olib kelish bilan bog'liq xarajatlar.

1.5.10. Obyektlarni davlat kapital qo'yilmalari hisobiga qurishda qurilish tavakkalchiliklarini sug'urta qilish bilan bog'liq xarajatlar. (O'zR VM 11.06.2003-y. 261-son Qarori tahriridagi band).

1.5.11. Gudvill (firma narxi)ning nomoddiy aktivi summasini hisobdan chiqarish bilan bog'liq xarajatlar, ishlab chiqarish maqsadida bo'lmagan mol-mulk yuzasidan belgilangan tartibda. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

1.5.12. Qazib oluvchi tarmoqlarda tayyorgarlik ishlari bo'yicha xarajatlar, agar ular kapital xarajatlarga tegishli bo'lmasa (ya'ni asosiy vositalar sifatida kapitallashtirilmasa). Ushbu xarajatlar «Kelgusi davrlar xarajatlari» sifatida qaraladi va ularni qaytarishning belgilangan muddati mobaynida teng ravishda ishlab chiqarish tannarxiga yoki qazib olingan mahsulotning hajmi va miqdoriga mutanosib ravishda hisobdan chiqariladi. Kelgusi davrlar xarajatlarini hisobdan chiqarishning tanlangan metodi xo'jalik yurituvchi subyektning hisobga olish siyosatida aks ettirilishi kerak. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

1.5.13. Ishlab chiqarish jarayonida qatnashadigan xodimlarga vaqtincha mehnatga layoqatsizlik, homiladorlik va tug'ish nafaqalari to'lash bilan bog'liq xarajatlar qonun hujjatlarida belgilangan tartibga muvofiq. (O'zR VM 17.02.2010-y. 22-son Qarori tahriridagi kichik band) (Oldingi tahririga qarang).

2. DAVR XARAJATLARI

Davr xarajatlari deganda bevosita ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'lmagan xarajatlar va sarflar tushuniladi: boshqaruv xarajatlari, mahsulotni sotish xarajatlari va umumxo'jalik ahamiyatiga ega bo'lgan boshqa xarajatlar.

Quyida 2-band bo'yicha sanab o'tilgan barcha xarajatlar xarajatlarning kompleks moddalari hisoblanadi va ularni hisobga olish mazkur Nizomning 1.5-bandi muqaddimasida ko'rsatilganidek xarajatlar elementlari bo'yicha tashkil etiladi.

«Davr xarajatlari»ga quyidagi moddalar kiradi:

2.1. SOTISH XARAJATLARI

2.1.1. Tovarlarini temir yo'l, havo, avtomobil, dengiz, daryo transportida va ot-ulovda tashish xarajatlari. Ushbu moddaga tashish xarajatlari hamda transport vositalari bekor turib qolganligi uchun to'langan jarimalar kiritiladi.

2.1.2. Savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari sotish bo'yicha xarajatlar, shu jumladan: (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.1.2.1. Nizomning 1.2-bandida sanab o'tilgan, mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni sotish bilan bog'liq mehnatga haq to'lash xarajatlari, ma'muriy-boshqaruv xodimlaridan tashqari.

2.1.2.2. Nizomning 1.3-bandiga muvofiq, 2.1.2.1. bandga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urtaga xarajatlar.

2.1.2.3. Savdo ehtiyojlari uchun foydalaniladigan binolar, inshootlar va xonalarni ijaraga olish, saqlash va tuzatish xarajatlari.

2.1.2.4. Nizomning 1.4-bandiga muvofiq asosiy vositalar va nomoddiy aktivlar amortizatsiyasi.

2.1.2.5. Inventarlar va xo'jalik buyumlari qiymatini hisobdan chiqarish xarajatlari hamda ularni belgilangan maqsadda foydalanish uchun yaroqli holatda saqlash (ta'mirlash, yuvish, tuzatish, dezinfeksiya qilish va h.k.) bilan bog'liq boshqa xarajatlar. (O'zR Prezidentining 27.12.2005-y. PQ-244-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

2.1.2.6. Gaz, yoqilg'i, elektr energiyasi xarajatlari.

2.1.2.7. Tovarlarini saqlash, ularga ishlov berish va ularni sortlarga ajratish xarajatlari.

2.1.2.8. Savdo reklamasi xarajatlari.

2.1.2.9. Tashish, saqlash va sotish chog'ida tovarlarning yo'qotilishi. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.1.2.10. O'rash-joylash materiallari xarajatlari.

2.1.2.11. Mol-mulkni majburiy va ixtiyoriy sug'urta qilish xarajatlari. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.1.2.12. Mehnatni muhofaza qilish va texnika xavfsizligi xarajatlari.

2.1.2.13. Ventilatorlar, mashinalar va ularning harakatlanuvchi qismlarini o'rnatish va saqlash, tuynuklar, o'yiqlar va boshqalarning atrofini o'rash bo'yicha joriy (nomukammal tusdagi) xarajatlar.

O'zR Prezidentining 27.12.2005-y. PQ-244-son Qaroriga muvofiq 2.1.2.14. band chiqarib tashlangan.

2.1.2.14. Maxsus kiyim-bosh va maxsus poyabzalning eskirishi.

O'zR Prezidentining 27.12.2005-y. PQ-244-son Qaroriga muvofiq 2.1.2.15. band chiqarib tashlangan.

2.1.2.15. Maxsus kiyim-bosh va maxsus poyabzal va yakka tartibdagi himoyaning boshqa vositalari yuvilganligi, tuzatilganligi va dezinfeksiya qilinganligi uchun kir yuvuvchilar, tuzatuvchilar va boshqa yuridik shaxslarga haq to'lash.

O'zR Prezidentining 27.12.2005 y. PQ-244-son Qaroriga muvofiq 2.1.2.16. band chiqarib tashlangan.

2.1.2.16. Maxsus kiyim-bosh va poyabzalni yuvish va tuzatishga sarflangan materiallar qiymati.

2.1.2.17. Umumiy ovqatlanish va savdo xodimlari tibbiy ko'rikdan o'tkazilganligi uchun tibbiyot muassasalariga haq to'lash.

2.1.2.18. Kassa xo'jaligini va tushum inkassatsiyasini yuritish chiqimlari.

2.1.2.19. Umumiy ovqatlanish korxonalarida qog'oz salfetkalar, qog'oz dasturxonlar, qog'oz stakanlar va tarelkalar, bir marta foydalaniladigan anjomlar qiymati.

2.1.3. Sotish bozorlarini o'rganish bo'yicha xarajatlar (marketingga, reklamaga sarflangan xarajatlar). (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.1.4. Yuqorida sanab o'tilmagan sotish bo'yicha boshqa xarajatlar.

2.2. MA'MURIY XARAJATLAR

Ma'muriy xarajatlarga quyidagilar kiradi:

2.2.1. 1.2-bandda sanab o'tilgan boshqaruv xodimlariga tegishli bo'lgan mehnatga haq to'lash xarajatlari.

2.2.2. 1.3-bandda sanab o'tilgan boshqaruv xodimlariga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar.

2.2.3. Xizmat yengil avtotransportiga va xizmat mikroavtobusini saqlash, yollash va ijaraga olish xarajatlari.

2.2.4. Xo'jalik yurituvchi subyekt va uning tarkibiy bo'linmalarini tashkil etish va ularni boshqarish xarajatlari.

2.2.5. Boshqaruvning texnik vositalari, aloqa uzellari, signalizatsiya vositalari, hisoblash markazlarini va ishlab chiqarishga tegishli bo'lmagan boshqaruvning boshqa texnik vositalarini saqlash va ularga xizmat ko'rsatish xarajatlari.

2.2.6. Telekommunikatsiyalar xizmatlari, shu jumladan: mahalliy tarmoqlar; kanallarni ijaraga berish; ko'chma, yo'ldosh va peyjing aloqa; radiochastota spektridan foydalanish; ma'lumotlarni uzatish tarmoqlari, shu jumladan Internet uchun haq to'lash. (O'zR VM 28.12.2004-y. 610-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

2.2.7. Shaharlararo va xalqaro telefon so'zlashuvlari uchun haq to'lash. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.2.8. Ma'muriy-boshqaruv ehtiyojlari uchun binolar va xonalar ijarasi uchun haq to'lash.

2.2.9. Ma'muriy ahamiyatga ega bo'lgan asosiy vositalarni saqlash va ularni tuzatish, shuningdek, eskirish (amortizatsiya) xarajatlari.

2.2.10. Yuqori tashkilotlar va yuridik shaxslar birlashmalari: vazirliklar, idoralar, uyushmalar, konsermlar va boshqalar xarajatlariga ajratmalar.

2.2.11. Xodimlarni va ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'lmagan mol-mulkni majburiy va ixtiyoriy sug'urta qilish xarajatlari. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

2.2.12. Boshqaruv xodimlarini xizmat safarlariga yuborish bo'yicha xarajatlar. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.2.13. Miqdordagi vakillik xarajatlari. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.2.14. Umumiy ovqatlanish korxonalari va boshqalarga binolarni tekin berish va kommunal xizmatlar qiymatiga haq to‘lash xarajatlari.

2.2.15. Bevosita ishlab chiqarish jarayoniga tegishli bo‘lmagan, tabiatni muhofaza qilish ahamiyatiga ega bo‘lgan jamg‘armalarni saqlash va ulardan foydalanish bilan bog‘liq joriy xarajatlar, tabiiy atrof muhitni ifloslantirganlik va chiqindilarni joylashtirganlik uchun kompensatsiya to‘lovlari. (O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.2.16. Xizmatlar qiymatini to‘lash hamda investitsiya aktivlarining ishonchli boshqaruvchilari, davlatning ishonchli vakillari va ishonchli boshqaruvchilarning mukofotlari bo‘yicha xarajatlar. (O‘zR VM 02.10.2008-y. 221-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

2.2.17. Ma‘muriy maqsadlar uchun foydalaniladigan inventarlar va xo‘jalik anjomlari qiymatini hisobdan chiqarish bo‘yicha xarajatlar hamda ularni belgilangan maqsadda foydalanish uchun yaroqli holatda saqlash bilan bog‘liq bo‘lgan boshqa xarajatlar. (O‘zR Prezidentining 18.12.2006-y. PQ-532-son Qarori tahriridagi band).

2.3. BOSHQA OPERATSIYA XARAJATLARIGA QUYIDAGILAR KIRADI:

2.3.1. Kadrlar tayyorlash va ularni qayta tayyorlash xarajatlari, yangi tashkil etilayotgan xo‘jalik yurituvchi subyektida ishlash uchun kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlash bundan mustasno. (O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.3.2. Loyiha va qurilish-montaj ishlarida chala ishlarni bartaraf etish xarajatlarini qoplash, shuningdek, obyekt qoshidagi omborgacha transportda tashish chog‘idagi shikastlanishlar va buzilishlar, korroziyaga qarshi himoya nuqsonlari tufayli kelib chiqqan taftish xarajatlari (asbob-uskunalarni qismlarga ajratish) va shunga o‘xshash boshqa xarajatlar yetkazib berish va ishlarni bajarish shartlarini buzgan yuridik shaxslar hisobiga mazkur xarajatlar chala ishlar, shikastlanish yoki zarar ko‘rish uchun javobgar bo‘lgan yetkazib beruvchi yoki boshqa xo‘jalik yurituvchi subyektlar hisobiga undirilishi mumkin bo‘lmagan darajada amalga oshiriladi.

2.3.3. Maslahat va axborot xizmatlariga haq to‘lash.

2.3.4. Auditorlik xizmatlariga haq to‘lash. (O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.3.5. O'zining xizmat ko'rsatuvchi ishlab chiqarishlari va xo'jaliklarni saqlashdan ko'rilgan zararlar.

2.3.6. Salomatlikni muhofaza qilish va xodimlarning ishlab chiqarish jarayonida bevosita qatnashuvi bilan bog'liq bo'lmagan dam olishlarni tashkil etish tadbirlari.

2.3.7. Xo'jalik yurituvchi subyektlar tomonidan mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan ishlar (xizmatlar)ni (shahar va shaharchalarni obodonlashtirish ishlari, qishloq xo'jaligiga yordam berish va boshqa xil ishlarni) bajarish xarajatlari.

2.3.8. Kompensatsiya va rag'batlantirish tusidagi to'lovlar:

2.3.8.1. O'zbekiston Respublikasi Hukumatining qarorlariga ko'ra kompensatsiya to'lovlari.

2.3.8.2. Bir marta beriladigan mukofotlar, yil davomidagi ish yakunlari bo'yicha rag'batlantirishlar, uzoq muddat ishlaganlik uchun rag'batlantirish va to'lovlar, shu jumladan xo'jalik yurituvchi subyektning o'z qaroriga ko'ra natura bilan to'lovlar, shuningdek, yagona ijtimoiy to'lov summasi, ular bo'yicha hisoblangan haq. (O'zR Prezidentining 27.12.2005-y. PQ-244-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

2.3.8.3. Qonun hujjatlariga yoki xo'jalik yurituvchi subyektning o'zining qaroriga muvofiq majburiy progul vaqti yoki past haq to'lanadigan ishni bajarganlik uchun haq to'lash.

2.3.8.4. Vaqtincha mehnat layoqatini yo'qotgan taqdirda qonun hujjatlari bilan belgilangan haqiqiy ish haqi miqdorigacha qo'shimcha haq.

2.3.8.5. Asosiy ish joyi bo'yicha ishchilarga, xo'jalik yurituvchi subyekt ishchi va mutaxassislariga ular ishdan ajragan holda malaka oshirish va kadrlarni qayta tayyorlash tizimida o'qigan vaqtda ish haqi to'lash.

2.3.8.6. Qonun hujjatlariga muvofiq 12 yoshga to'lmagan ikki va undan ortiq bolasi yoki 16 yoshga to'lmagan nogiron bolasi bor bo'lgan ayollarga berilgan qo'shimcha ta'tilga haq to'lash.

2.3.8.7. Xodimlarga tovarlar, mahsulotlar va boshqa narsalarni bepul berish yoki xodimlar uchun ishlar, xizmatlarni bajarish.

2.3.8.8. Xodimlarning (ovqatlanishi, yo'l kirasi, davolanish va dam olishga, ekskursiya va sayohatlarga yo'llanmalari, sport sektsiyalarida, to'garaklarda, klublardagi mashg'ulotlari, madaniy-ko'ngilochar va jismoniy tarbiya (sport) tadbirlariga qatnashishi, xodimlarning shaxsiy

obunasi va iste'moli hamda boshqa shunga o'xshash to'lovlari) xarajatlarini qoplash.

2.3.9. Ish haqini hisoblashda hisobga olinmaydigan to'lovlar va xarajatlar:

2.3.9.1. Qonunchilikka muvofiq bolani ikki yoshga to'lgungacha parvarish qilish bo'yicha har oylik nafaqani to'lash bo'yicha xarajatlar.

2.3.9.2. Pensiyalarga ustamalar, pensiyaga chiqayotgan mehnat faxriylariga biryo'la to'lanadigan nafaqalar.

2.3.9.3. Amaldagi qonunchilikka muvofiq xo'jalik yurituvchi subyektlardan ularning qayta tashkil etilishi, xodimlar va shtatlar sonining qisqarishi munosabati bilan bo'shab qoladigan xodimlarga to'lovlar.

2.3.9.4. Xodimlarga to'lanadigan moddiy yordam.

2.3.10. Sog'liqni saqlash obyektlari, qariyalar va nogironlar uylari, bolalar maktabgacha tarbiya muassasalari, sog'lomlashtirish lagerlari, madaniyat va sport obyektlari, xalq ta'limi muassasalari, shuningdek, uy-joy fondi obyektlari ta'minotiga (shu jumladan, barcha turdagi ta'mirlash ishlarini o'tkazishga amortizatsiya ajratmalari va xarajatlarni ham qo'shgan holda) xarajatlar. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.3.11. Vaqtincha to'xtatib qo'yilgan ishlab chiqarish quvvatlari va obyektlarini saqlash xarajatlari (boshqa manbalar hisobiga qoplanadigan xarajatlardan tashqari).

2.3.12. Bank va depozitariy xizmatlariga to'lovlar.

2.3.13. Ekologiya, sog'lomlashtirish va boshqa xayriya jamjarmalariga, madaniyat, xalq ta'limi, sog'liqni saqlash, ijtimoiy ta'minot, jismoniy tarbiya va sport korxonalarini, muassasalari va tashkilotlariga badallar.

2.3.14. Amaldagi qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan va xo'jalik yurituvchi subyekt xarajatlariga kiritiladigan byudjetga majburiy to'lovlar, soliqlar, yig'imlar, davlat maqsadli jamg'armalariga ajratmalar, shuningdek, Hukumat qarorlariga binoan xalqaro tashkilotlarga a'zolik badallarini to'lash. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

2.3.15. Zararlar, jarimalar, penyalar:

2.3.15.1. Bekor qilingan ishlab chiqarish buyurtmalari bo'yicha yo'qotishlar.

2.3.15.2. Moddiy boyliklarning, bevosita ishlab chiqarish jarayoniga tegishli bo'lmagan yo'qotishlar hamda kamomadlar. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.3.15.3. Ishlab chiqarish zaxiralarini va tayyor mahsulotni eng past baholash usuli yoki sotishning sof qiymati bo'yicha qayta baholash yoki bahosini pasaytirish natijasidagi zararlar.

2.3.15.4. Idishlarga doir ishlar bo'yicha zararlar.

2.3.15.5. Sud xarajatlari.

2.3.15.6. To'lanishi shubhali qarzlar bo'yicha zaxiraga ajratmalar.

2.3.15.7. Qonunchilikka muvofiq da'vo bildirish muddati o'tgan va undirish noreal bo'lgan boshqa qarzlar bo'yicha debitorlik qarzlarni hisobdan chiqarishdan ko'rilgan zararlar, shuningdek, qonunchilikka muvofiq yuridik va jismoniy shaxslar bilan hisob-kitoblar bo'yicha to'lanishi shubhali qarzlarni hisobdan chiqarishdan ko'rilgan zararlar.

2.3.15.8. Hisobot yilida aniqlangan o'tgan yillar operatsiyalari bo'yicha ko'rilgan zararlar.

2.3.15.9. Tabiiy ofatlar (ishlab chiqarish zaxiralari, tayyor mahsulotlar va boshqa moddiy boyliklarning nobud bo'lishi va buzilishi, ishlab chiqarishning to'xtashi va boshqalar tufayli yo'qotishlar) tufayli ko'rilgan qoplanmaydigan yo'qotishlar va zararlar, shu jumladan, tabiiy ofatlar oqibatlarining oldini olish yoki oqibatlarini bartaraf etish bilan bog'liq xarajatlar.

2.3.15.10. Aybdorlari aniqlanmagan o'g'irliklardan yoki aybdor tomon hisobidan zarur summani undirish mumkin bo'lmagan hollarda ko'rilgan zararlar.

2.3.15.11. Xo'jalik yurituvchi subyektning asosiy vositalari va boshqa mol-mulki (aktivlari)ning chiqib ketishi (balansdan chiqarish)dan ko'rilgan zararlar. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahrirga qarang).

2.3.15.12. Xo'jalik shartnomalari shartlarining, shu jumladan, mahsulotni yetkazib beruvchilar va debitorlar aybi bilan buzilganligi uchun belgilangan yoki e'tirof etilgan jarimalar, penyalar, vaqtda to'lanmagan to'lovlar va boshqa xil sanksiyalar, shuningdek, yetkazilgan zararlarni to'lash bo'yicha xarajatlar.

2.3.15.13. Soliq qonuni va boshqa qonunlarni buzganlik uchun jarima va penyalar.

2.3.15.14. To'langan boshqa jarimalar.

2.3.16. Xodimlarga beriladigan yoki yordamchi xo'jaliklar tomonidan xo'jalik yurituvchi subyektning umumiy ovqatlanish

korxonasi uchun ishlab chiqariladigan mahsulot (ishlar, xizmatlar) bo'yicha narx tafovutlari. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.3.17. Gudvill (firma narxi)ning nomoddiy aktivi summasini hisobdan chiqarish bilan bog'liq xarajatlar, ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'lmagan mol-mulk bo'yicha, belgilangan tartibda. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.3.18. Yangi texnologiyalar yaratish va qo'llanilayotgan texnologiyalarni takomillashtirish, shuningdek, ilmiy tadqiqot, tajriba-konstruktorlik ishlari olib borish, xomashyo va materiallarning yangi turlarini yaratish, ishlab chiqarishni qayta jihozlash bilan bog'liq mahsulotlar sifatini oshirish xarajatlari. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.3.19. Ishlab chiqarish tusidagi ixtirochilik, ratsionalizatorlik, tajriba-eksperiment ishlari olib borish, ixtirochilik va ratsionalizatorlik takliflari bo'yicha modellar va namunalarni tayyorlash va sinash, ko'rgazmalar va ko'riklar, tanlovlarni, sertifikatlashni hamda ixtirochilik va ratsionalizatorlik bo'yicha boshqa tadbirlarni tashkil etish, mualliflar haqini to'lash xarajatlari va boshqa xarajatlar. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.3.20. Ijaraga berilgan asosiy vositalarni ta'minlash xarajatlari. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

2.3.21. Boshqaruv xodimlariga va ishlab chiqarish jarayonida qatnashmaydigan boshqa xodimlarga vaqtincha mehnatga layoqatsizlik, homiladorlik va tug'ish nafaqalari to'lash bilan bog'liq xarajatlar qonun hujjatlarida belgilangan tartibga muvofiq. (O'zR VM 17.02.2010-y. 22-son Qarori tahriridagi kichik band) (Oldingi tahririga qarang).

2.3.22. Yangi ishlab chiqarishlarni, sexlar, agregatlarni, shuningdek, seriyali va ommaviy mahsulotlarning yangi turlarini ishlab chiqarishni va texnologik jarayonlarni o'zlashtirish xarajatlari. (O'zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qarori tahriridagi band).

2.3.23. Ayrim mashinalar va mexanizmlarni yakka tartibda sinab ko'rish hamda foydalanilayotgan uskunalar va texnik qurilmalarning barcha turlarini ularni montaj qilish sifatini tekshirib ko'rish maqsadida kompleks (mahsulot chiqarmasdan) ishlatib ko'rish. (O'zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qarori tahriridagi band).

2.3.24. Yangidan ishga tushirilgan korxonada ishlash uchun ishchi kuchlarini jalb qilish va kadrlar tayyorlash bilan bog'liq xarajatlar. (O'zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qarori tahriridagi band).

(O‘zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qaroriga muvofiq 2.3.22-band 2.3.25-band deb hisoblansin), (Oldingi tahririga qarang).

2.3.25. Boshqa xarajatlar.

O‘zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qaroriga muvofiq 2.4 bo‘lim chiqarib tashlangan.

2.4. HISOBOT DAVRINING KELGUSIDA SOLIQ SOLINADIGAN BAZADAN CHIQUARILADIGAN XARAJATLARI

Ushbu bo‘limda sarmoya bilan ta‘minlash bilan bog‘liq bo‘lmagan va sarmoya bilan ta‘minlanadigan asosiy vositalar qiymatiga qo‘shilmaydigan xarajatlar sanab o‘tilgan.

2.4.1. Xo‘jalik yurituvchi yangi subyektlar, ishlab chiqarishlar, sexlar, agregatlarni o‘zlashtirishga xarajatlar:

2.4.1.1. Mashina va mexanizmlarning ayrim turlarini yakka tartibda sinab ko‘rish hamda barcha turdagi asbob-uskunalar va texnik qurilmalarni ularning o‘rnatilish sifatini tekshirib ko‘rish maqsadida (ishlatilmayotgan holatda) kompleks sinab ko‘rish.

2.4.1.2. Asbob-uskunalarni ishlab chiqargan zavodlar yoki ularning topshirig‘lga binoan ixtisoslashtirilgan korxonalar tomonidan amalga oshiriladigan shefmontaj.

2.4.1.3. Qurilayotgan korxonada direksiyasining, direksiya bo‘lmagan taqdirda - texnik nazorat guruhining xarajatlari (ma‘muriy xarajatlar), shuningdek, xo‘jalik yurituvchi yangi subyektlar va obyektlarni foydalanishga qabul qilib olish bilan bog‘liq xarajatlar.

2.4.1.4. Yangi ishga tushiriladigan xo‘jalik yurituvchi subyektlarda ishlash uchun kadrlar tayyorlashga xarajatlar.

O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qaroriga muvofiq 2.4.2-bandi chiqarib tashlangan.

2.4.2. Yangi texnologiyalarni yaratish va qo‘llanayotgan texnologiyalarni takomillashtirish bo‘yicha, shuningdek, ilmiy tadqiqotlar, tajriba-konstruktorlik ishlarini o‘tkazish, xomashyo va materiallarning yangi turlarini yaratish, ishlab chiqarishni qayta jihozlash bilan bog‘liq bo‘lgan mahsulotlar sifatini oshirish bo‘yicha xarajatlar.

2.4.3. Boshqaruv tizimlari va vositalarini yaratish hamda takomillashtirish bo‘yicha xarajatlar.

2.4.4. Seriyali va keng ko‘lamda chiqariladigan mahsulotlar yangi turlarini ishlab chiqarishni hamda texnologik jarayonlarni tayyorlash va o‘zlashtirish xarajatlari.

2.4.5. Qonunchilikka muvofiq ishchi kuchlari qabul qilish bilan bog‘liq xarajatlar.

O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qaroriga muvofiq 2.4.6-bandi chiqarib tashlangan.

2.4.6. Ixtirochilik va ishlab chiqarish tusidagi ratsionalizatorlikka, tajriba-sinov ishlarini o‘tkazish, ixtirolar va ratsionalizatorlik takliflar bo‘yicha modellar va namunalarni tayyorlash va sinab ko‘rish, ixtirochilik va ratsionalizatorlik bo‘yicha ko‘rgazmalar va ko‘riklar, tanlovlar, sertifikatlashni hamda boshqa tadbirlarni tashkil etish, mualliflik mukofotlarini to‘lash hamda boshqa xarajatlar.

O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qaroriga muvofiq 2.4.7-bandi chiqarib tashlangan.

2.4.7. Qazilmalarni qazib olish sohalaridagi tayyorgarlik ishlari xarajatlari, agar ular kapital xarajatlarga taalluqli bo‘lmasa (ya’ni asosiy fondlar sifatida sarmoya bilan ta’minlanmasa).

2.4.8. Xo‘jalik yurituvchi subyektlarni, ishlab chiqarish liniyalarini rivojlantirish (takomillashtirish) xarajatlari.

3. MOLIVAVIY FAOLIYAT BO‘YICHA XARAJATLAR

3.1. Banklar va boshqa moliya-kredit tashkilotlari kreditlari bo‘yicha foizlar (investitsiya davrida kapital qo‘yilmalar tarkibiga kiruvchi investitsiyalarga olingan bank va boshqa moliya-kredit tashkilotlari kreditlari bo‘yicha foizlardan tashqari), shu jumladan, muddati o‘tgan va uzaytirilgan ssudalar bo‘yicha foizlar. (O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

3.2. Mol-mulknii uzoq muddatli ijaraga olish (lizing) bo‘yicha foizlarni to‘lash xarajatlari.

3.3. Chet el valutasii bilan operatsiyalar bo‘yicha salbiy kurs tafovutlari va zararlar.

3.4. Sarflangan (qimmatli qog‘ozlarga, sho‘ba korxonalariga va hokazolarga) mablag‘larni qayta baholashdan ko‘rilgan zararlar.

3.5. O‘z qimmatli qog‘ozlarini chiqarish va tarqatish bilan bog‘liq xarajatlar.

3.6. Moliyaviy faoliyat bo‘yicha boshqa xarajatlar, shu jumladan, salbiy diskont.

4. FAVQULODDA ZARARLAR

Favqulodda zararlar – bu xo‘jalik yurituvchi subyektlarning odatdagi faoliyatidan chetga chiquvchi hodisalar yoki operatsiyalar natijasida vujudga keladigan va ro‘y berishi kutilmagan odatdan tashqari xarajatlar moddalaridir. Bunga favqulodda moddalar va davr xarajatlari tarkibida aks ettirilishi kerak bo‘lgan o‘tgan davr moddalari kirmaydi.

U yoki bu moddaning favqulodda zararlar moddasi sifatida aks ettirilishi uchun u quyidagi mezonlarga javob berishi kerak:

- korxonaning odatdagi xo‘jalik faoliyatiga xos emaslik;
- bir necha yil mobaynida takrorlanmasligi kerak;
- boshqaruv xodimi tomonidan qabul qilinadigan qarorlarga bog‘liq emaslik.

Tegishli moddalarni favqulodda xarajatlarga kiritish yoki kiritmaslik to‘g‘risida qarorlar qabul qilishda ishlar amalga oshiriladigan sharoitlarni ham hisobga olish lozim. Masalan, agar xo‘jalik yurituvchi subyekt alohida iqlim sharoitlarida joylashgan bo‘lsa, u holda, iqlim sharoitlariga bog‘liq holdagi ishlamay turib qolishlar favqulodda deb baholanishi mumkin emas, chunki ushbu modda «bir necha yil mobaynida takrorlanmasligi kerak» mezoniga javob bermaydi.

V. XO‘JALIK YURITUVCHI SUBYEKTLARNING ISHLAB CHIQARISH - XO‘JALIK FAOLIYATI NATIJASIDA OLINADIGAN DAROMADLAR RO‘YXATI

Xo‘jalik yurituvchi subyektlar tomonidan ularning xo‘jalik faoliyatini amalga oshirishi natijasida olinadigan daromadlari hisobotga quyidagi asosiy bo‘limlar bo‘yicha kiritiladi:

- Sotishdan olingan sof tushum.

Asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar (operatsiya daromadlari).

- Moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar.
- Favqulodda daromadlar.

1. SOTISHDAN OLINADIGAN SOF TUSHUM

1.1. Sotishdan olingan sof tushum mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan olingan, undan qo‘shilgan qiymat, aktsiz solig‘i va eksport boj poshlinasi, chegirilgan tushum sifatida aniqlanadi. Unga tovarlarning

qaytarilishi, xaridorlar uchun berilgan chegirmalar va boshqalar kiritilmaydi.

1.2. Eksport faoliyatini amalga oshiruvchi xo'jalik yurituvchi subyektlar, daromad (foyda)ni amaldagi qonunchilikka muvofiq hisoblab chiqaradilar.

1.3. Mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushum buxgalteriya hisobi to'g'risidagi qonunchilikka muvofiq aniqlanadi.

2. ASOSIY ISHLAB CHIQRISH FAOLIYATIDAN OLINADIGAN BOSHQA DAROMADLAR

Asosiy ishlab chiqarish faoliyatidan olinadigan boshqa daromadlarga quyidagilar kiradi:

2.1. Undirilgan yoki qarzdor tomonidan e'tirof etilgan jarimalar, , penyalar, vaqtida to'lanmagan qarzlilar va xo'jalik shartnomalari shartlarini buzganlik uchun boshqa xil jazo jarimalari, shuningdek, yetkazilgan zararlarni undirish bo'yicha daromadlar.

2.2. Hisobot yilida aniqlangan o'tgan yillardagi foyda.

2.3. Ishlab chiqarish va mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotish bilan bevosita bog'liq bo'lmagan operatsiyalardan renta daromadi, xo'jalik yurituvchi subyektlar huzuridagi oshxonalardan tushumlar, yordamchi xizmatlardan daromadlar sifatidagi boshqa daromadlar.

2.4. Xo'jalik yurituvchi subyektning asosiy fondlarini va boshqa mol-mulklarini sotishdan olingan daromadlar.

2.5. Da'vo bildirish muddati o'tgan kreditorlik va deponent qarzlarni hisobdan chiqarishdan olingan daromadlar.

2.6. Tovar-moddiy boyliklarni puxta baholash. Tovar-moddiy boyliklarni puxta baholash summasi ularning sotilishiga qarab foyda sifatida e'tirof etiladi. (O'zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

2.7. Davlat subsidiyalaridan daromadlar.

2.8. Xolisona moliyaviy yordam.

2.9. Boshqa operatsion daromadlar.

3. MOLIYAVIY FAOLIYATDAN OLINADIGAN DAROMADLAR

Moliyaviy faoliyatdan olinadigan daromadlarga quyidagilar kiradi:

3.1. Olingan royaltilar va sarmoya transferti.

3.2. O‘zbekiston Respublikasi hududida va uning tashqarisida boshqa xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyatida ulush qo‘shgan holda qatnashishdan olingan daromad, aktsiyalar bo‘yicha dividendlar va obligatsiyalar hamda xo‘jalik yurituvchi subyektga tegishli qimmatli qog‘ozlar bo‘yicha daromadlar.

3.3. Mol-mulkni uzoq muddatli ijaraga berishdan olingan daromadlar (lizing to‘lovini olish).

3.4. Valuta schyotlari, shuningdek, chet el valutaridagi operatsiyalar bo‘yicha ijobiy kurs tafovutlari.

3.5. Sarflangan (qimmatli qog‘ozlarga, sho‘ba korxonalariga va hokazolarga) mablag‘larni qayta baholashdan olingan daromadlar.

3.6. Moliyaviy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar.

4. FAVQULODDA FOYDA

Favqulodda foyda moddalari – bu ko‘zda tutilmagan, tasodifiy tusga ega bo‘lgan, hodisa yoki xo‘jalik yurituvchi subyektning odatdagi faoliyati doirasidan chetga chiqadigan tUSDagi operatsiyalar natijasida paydo bo‘ladigan va olinishi kutilmagan foydadir. Bunga daromadlarning favqulodda moddalari yoki asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar bo‘limida aks ettirilishi kerak bo‘lgan o‘tgan davrlardagi foyda kirmaydi.

G. TOVAR-MODDIY ZAXIRALARNI, TUGALLANMAGAN ISHLAB CHIQRISHLARNI, SHUNINGDEK, KELGUSI DAVRLAR XARAJATLARINI BAHOLASH

Ushbu Nizomga muvofiq ishlab chiqarish xarajatlari hisobot davri mobaynida ishlab chiqarish schyotlarida va tayyor mahsulot schyotida shakllanishi kerak. Biroq bir turdagi mahsulotni seriyali (keng ko‘lamda) ishlab chiqarishda favqulodda holatlar tufayli kelib chiqqan favqulodda yoki bir galgi xarajatlar tayyor mahsulot tannarxiga kiritilmasligi, balki sotish xarajatlari sifatida to‘g‘ridan-to‘g‘ri hisobdan chiqarilishi kerak.

Tovar-moddiy boylıklar zaxiralarini, tugallanmagan ishlab chiqarishni, shuningdek, kelgusi davrlar xarajatlarini baholash «Buxgalteriya hisobi to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuniga muvofiq amalga oshiriladi.

Kelgusi davrlar xarajatlari xarajatlarning alohida toifasini tashkil qiladi. Biroq, mazkur Nizomga muvofiq ushbu xarajatlardan 2-ildavda keltirilgan ro'yxatdagi xarajatlar chiqarib tashlanadi (ular Hisobot davrining kelgusida soliq solinadigan bazadan chiqarib tashlanadigan xarajatlari sifatida aks ettiriladi). (O'zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qarori tahriridagi xat boshi).

O'zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qaroriga muvofiq D bo'lim chiqarib tashlangan.

D. SOLIQ SOLINADIGAN BAZANI ANIQLASH

Xo'jalik yurituvchi subyektning daromad (foyda) solig'i bo'yicha soliq solinadigan baza quyidagicha hisoblab chiqariladi:

Daromad (foyda) solig'i to'langungacha bo'lgan daromad (foyda) yoki zarar (Nizomning A-G bo'limlariga muvofiq)

plus 1-ildavda keltirilgan buxgalteriyadagi foyda bilan soliq solinadigan foyda o'rtasidagi doimiy tafovutlar

plus yoki minus 2-ildavda keltirilgan sarflangan xarajatlarni soliq olinadigan bazadan chegirib tashlash vaqtidagi tafovutlar.

minus Qonunchilikka muvofiq soliqlar bo'yicha imtiyozlar **teng bo'ladi** – Daromad (foyda) solig'i bo'yicha soliq solinadigan baza.

**Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab
chiqarish va sotish xarajatlarining
tarkibi hamda moliyaviy natijalarni
shakllantirish tartibi to'g'risidagi
Nizomga
1-ILOVA**

O'zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qaroriga muvofiq 1-ilova chiqarib
tashlangan.

**I. SOLIQ SOLINADIGAN BAZAGA* KIRITILADIGAN
XARAJATLAR MODDALARI (CHEGIRILMAYDIGAN
XARAJATLAR YOKI DOIMIIY TAFOVUTLAR)**

Ishlab chiqarish tannarxi bo'yicha.

Xo'jalik yurituvchi subyektning ishlab chiqarish ishchilari va
boshqa xodimlari mehnatiga xarajatlar bo'yicha.

Ishlab chiqarishga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar
bo'yicha.

Asosiy vositalar va moddiy aktivlar amortizatsiyasi bo'yicha.

Ishlab chiqarish tusidagi boshqa xarajatlar bo'yicha.

Davr xarajatlari bo'yicha.

Moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar.

Tovar-moddiy zaxiralarni qayta baholash bilan
bog'liq xarajatlar moddalari.

2.1. Ishlab chiqarish xarajatlari bo'yicha.

2.2. Davr xarajatlari bo'yicha.

ISHLAB CHIQRISH TANNARXI BO'YICHA

1.1. Korxonalar tomonidan suv xo'jaligi tizimlaridan belgilangan
limitlardan ortiqcha ishlatiladigan suv uchun to'lov. (O'zR VM
15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga
qarang).

1.2. Ishlab chiqarish sohasida moddiy boyliklarning tabiiy ishdan
chiqish normalaridan ortiqcha nobudgarchiliklar, buzilishlar va
kamomadlar.

XO‘JALIK YURITUVCHI SUBYEKTNING ISHLAB CHIQRISH ISHCHILARI VA BOSHQA XODIMLARI MEHNATIGA XARAJATLAR BO‘YICHA

1.3. Ayrim tarmoqlar xodimlariga bepul ko‘rsatiladigan kommunal xizmatlar, beriladigan ovqatlar, mahsulotlar qiymati, xodimlarga bepul beriladigan uy-joy haqini to‘lash xarajatlari (bepul berilmagan uy-joy, ko‘rsatilmagan kommunal xizmatlar va shu kabilar uchun pul kompensatsiyasi summasi).

1.4. Xo‘jalik yurituvchi subyekt xodimlariga «Ishlab chiqarish tannarxi» bo‘limining 1.2.7-bandida ko‘rsatilgan qo‘shimcha to‘lovlarning boshqa turlari.

O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qaroriga muvofiq 1.5. band chiqarib tashlangan.

1.5. Moddiy yordam (shu jumladan, kooperativ uy-joy qurilishiga boshlang‘ich badal uchun, kooperativ va yakka tartibda uy-joy qurilishiga berilgan kreditni qisman to‘lash uchun xodimlarga bepul moddiy yordam).

1.6. Jamoa shartnomasi bo‘yicha xodimlarga qo‘shimcha ravishda (qonunchilikda nazarda tutilgandan ortiqcha) berilgan ta‘tillar, ular bo‘yicha kompensatsiya to‘lovlari.

1.7. Xodimlarga beriladigan mahsulotlar (ishlar, xizmatlar) yoki xo‘jalik yurituvchi subyektning umumiy ovqatlanish uchun yordamchi xo‘jaliklar tayyorlaydigan mahsulotlar narxlari bo‘yicha tafovutlar.

1.8. Xo‘jalik yurituvchi subyekt rahbari qaroriga ko‘ra amalga oshiriladigan, ishlab chiqarish xodimlarining qonunchilikda nazarda tutilgan normalardan ortiqcha xizmat safarlari bilan bog‘liq to‘lovlar.

ISHLAB CHIQRISHGA TEGISHLI BO‘LGAN IJTIMOIY SUG‘URTAGA AJRATMALAR BO‘YICHA

1.9. Nodavlat pensiya jamg‘armalariga ajratmalar. (O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qaroriga muvofiq bo‘lim nomi chiqarib tashlangan.

ASOSIY VOSITALAR VA MODDIY AKTIVLAR AMORTIZATSIYASI BO'YICHA

1.10. Sug'urtaning ixtiyoriy turlari bo'yicha qonun hujjatlarida belgilangan normalardan ortiqcha ajratmalar, mol-mulkni sug'urta qilish va hayotni uzoq muddatli sug'urta qilish bo'yicha sug'urta mukofotlari bundan mustasno. (O'zR VM 21.05.2007-y. 105-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

ISHLAB CHIQRISH TUSIDAGI BOSHQA XARAJATLAR BO'YICHA

1.11. Tabiiy atrof-muhitni ifloslantirganlik va chiqindilarni qonun hujjatlarida belgilangan normalardan ortiqcha joylashtirganlik uchun kompensatsiya to'lovlari. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

1.12. Tegishli vakolatli organlar qarorlarisiz to'lanadigan, ishlab chiqarishdagi shikastlanishlar tufayli mehnat qilish layoqatini yo'qotishlar bilan bog'liq nafaqalar.

DAVR XARAJATLARI BO'YICHA

O'zR Prezidentining 18.12.2006-y. PQ-532-son Qaroriga muvofiq 1.13-band o'z kuchini yo'qotgan.

1.13. Reklama uchun belgilangan normalardan ortiqcha xarajatlar. (O'zR VM 15.10.2003 y. 444-son Qarori tahriridagi band)

O'zR Prezidentining 27.12.2005-y. PQ-244-son Qaroriga muvofiq 1.14. band chiqarib tashlangan.

1.14. Xizmat yengil transporti va xizmat mikroavtobusini saqlashga sarflanadigan xarajatlar, ularni yo'llash va ijaraga olish xarajatlari.

O'zR Prezidentining 18.12.2006-y. PQ-532-son Qaroriga muvofiq 1.15-band o'z kuchini yo'qotgan.

1.15. Telekommunikatsiyalar xizmatlari, shu jumladan: kanallarni ijaraga berish; ko'chma, yo'ldosh va peyjing aloqa; radiochastota spektridan foydalanish; ma'lumotlarni uzatish tarmoqlari uchun haq to'lash, mahalliy tarmoqlar va Internet bundan mustasno, shuningdek, faqat bank xizmatlari ko'rsatishda foydalaniladigan telekommunikatsiyalar xizmati uchun haq to'lash (ko'chma va peyjing aloqadan

tashqari). (O‘zR VM 28.12.2004-y. 610-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

O‘zR Prezidentining 18.12.2006-y. PQ-532-son Qaroriga muvofiq 1.16-band o‘z kuchini yo‘qotgan.

1.16. Shaharlararo va xalqaro telefon so‘zlashuvlar uchun belgilangan normativlardan ortiqcha to‘lov.

1.17. Yuqori organlar hamda yuridik shaxslar birlashmalari: vazirliklar, idoralar, uyushmalar, konsernlar va boshqalar xarajatlariga ajratmalar.

1.17-1. Boshqaruv xodimlariga tegishli nodavlat pensiya jamg‘armalariga ajratmalar. (O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

1.18. Boshqaruv xodimlarining xizmat safarlari uchun belgilangan normalardan ortiqcha xarajalar.

1.19. Qonunchilikda belgilangan normativ va normalardan ortiqcha vakillik xarajatlari.

1.20. Umumiy ovqatlanish korxonalari uchun bepul binolar berish xarajatlari, ularga kommunal xizmatlar ko‘rsatish qiymatini to‘lash va boshqalar.

1.21. Xodimlarning ixtiyoriy sug‘urtasiga va ishlab chiqarish jarayoni bilan bog‘liq bo‘lmagan ixtiyoriy sug‘urtaning boshqa turlariga qonun hujjatlarida belgilangan normalardan ortiqcha xarajalar, mol-mulkni sug‘urta qilish va hayotni uzoq muddatli sug‘urta qilish bo‘yicha sug‘urta mukofotlari xarajatlari bundan mustasno. (O‘zR VM 21.05.2007-y. 105-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

1.21-1. Ishlab chiqarish jarayoniga bevosita taalluqli bo‘lmagan atrof tabiiy muhitni ifloslantirganlik va unga chiqindilarni joylashtirganlik uchun qonun hujjatlarida belgilangan normalardan ortiqcha kompensatsiya to‘lovlari. (O‘zR VM 25.12.2003-y. 567-son Qarori tahriridagi band).

1.21-2. Davlat mulkini boshqarish bo‘yicha investitsiya aktivlarining ishonchli boshqaruvchilari, davlat ishonchli boshqaruvchilari va ishonchli boshqaruvchilar mukofotlari va xizmatlar haqi, shuningdek, boshqa investitsiya aktivlarining ishonchli boshqaruvchilari mukofotlari bo‘yicha xarajalar. (O‘zR VM 02.10.2008-y. 221-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

1.22. Xo‘jalik yurituvchi subyekt sohasiga to‘g‘ri kelmaydigan kasblar bo‘yicha kadrlar tayyorlash xarajatlari. (O‘zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

1.23. Loyihalardagi va qurilish-montaj ishlaridagi kamchiliklarni, shuningdek, obyekt yonidagi omborga tashib keltirilgungacha sodir bo'lgan buzilishlar va deformatsiyalarni bartaraf etish bo'yicha xarajatlar, zanglashdan himoya qilishdagi kamchiliklar oqibatida tekshirib ko'rish (asbob-uskunalarni qismlarga ajratish) bo'yicha xarajatlar va shu kabi boshqa xarajatlar yetkazib berish va ishlarni bajarish shartlarini buzgan yuridik shaxslar hisobiga, ushbu xarajatlarni kamchiliklar, buzilishlar yoki nobudgarchiliklar uchun javobgar yetkazib beruvchi yoki boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlar hisobiga undirish mumkin bo'lmagan miqdorda, qoplanadi.

1.24. Xo'jalik yurituvchi subyekt qatnashchilaridan (mulkdorlaridan) birining tashabbusi bo'yicha amalga oshirilgan auditorlik xizmatlari uchun to'lov.

1.25. O'z xizmat ko'rsatuvchi ishlab chiqarishlari va xo'jaliklariga sarflangan xarajatlardan ko'rilgan zararlar.

1.26. Xodimlarning ishlab chiqarish jarayonida bevosita qatnashishi bilan bog'liq bo'lmagan salomatlikni muhofaza qilish va dam olishni tashkil qilish tadbirlari xarajatlari.

1.27. Mahsulot ishlab chiqarish (shaharlar va shaharchalarni obodonlashtirish, qishloq xo'jaligiga yordam ko'rsatish va boshqa ish turlari) bilan bog'liq bo'lmagan ishlar (xizmatlar)ni bajarishga xo'jalik yurituvchi subyektlar tomonidan sarflangan xarajatlar.

1.28. Bayramlar va atoqli sanalar, ijtimoiy faoliyatdagi yutuqlar munosabati bilan xodimlarni rag'batlantirish hisoblanadigan bir martalik mukofotlar. (O'zR Prezidentining 27.12.2005-y. PQ-244-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

1.29. Xodimlarga tovarlar, mahsulotlar va boshqa qimmatbaho buyumlarni bepul berish yoki xodimlar uchun ishlar, xizmatlarni bajarish.

1.30. Xodimlar xarajatlarini to'lash (ovqatlanishga, yo'l haqiga, davolanish va dam olishga, ekskursiyalarga, sayohatlarga yo'llanmalarga, sport seksiyalarida, to'garaklarda, klublarda mashg'ulotlarga, madaniy-ko'ngilochar tomoshalarga, jismoniy tarbiya (sport) tadbirlariga, obunaga va xodimlarning shaxsiy iste'mol tovarlariga va boshqa shu kabilarga to'lovlar).

1.31. Pensiyalarga ustamalar, pensiyaga chiqayotgan mehnat faxriylariga biryo'la to'lanadigan nafaqalar.

1.32. Xodimlarga to'lanadigan moddiy yordam, xodimning jarohatlanishi yoki boshqa tarzda sog'lig'lga shikast yetkazilishi va

xodim oila a'zolarining vafoti munosabati bilan beriladigan moddiy yordamdan tashqari. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

O'zR Prezidentining 18.12.2006-y. PQ-532-son Qaroriga muvofiq 1.33-band o'z kuchini yo'qotgan.

1.33. Sog'liqni saqlash obyektlari, qariyalar va nogironlar uylari, bolalar maktabgacha tarbiya muassasalari, sog'lomlashtirish lagerlari, madaniyat va sport obyektlari, xalq ta'limi muassasalari, shuningdek, uy-joy fondi obyektlari ta'minotiga (shu jumladan barcha turdagi ta'mirlashlarni o'tkazish uchun amortizatsiya ajratmalari va xarajatlarni ham qo'shgan holda) joylardagi davlat hokimiyati organlari tomonidan belgilangan normativlardan ortiqcha xarajatlar.

1.34. Ekologiya, sog'lomlashtirish va boshqa xayriya jamg'armalariga (agar ular yuridik shaxslar sifatida ro'yxatdan o'tkazilgan bo'lsa), madaniyat, xalq ta'limi, sog'liqni saqlash, ijtimoiy ta'minot, jismoniy tarbiya va sport korxonalari, muassasalari va tashkilotlariga badallar.

1.35. Ishlab chiqarish jarayoniga bevosita tegishli bo'lmagan moddiy boyliklarning tabiiy kamayish normalaridan ortiqcha nobudgarchiligi va kamomadi.

1.36. Sud xarajatlari.

O'zR Prezidentining 18.12.2006-y. PQ-532-son Qaroriga muvofiq 1.37-band o'z kuchini yo'qotgan.

1.37. To'lanishi shubhali qarzlarni bo'yicha xaziraga ajratmalar.

1.38. Aybdorlari aniqlanmagan o'g'irliklardan yoki aybdor tomonidan zarur summani undirish mumkin bo'lmagan hollarda ko'rilgan zararlarni.

1.39. Xo'jalik yurituvchi subyektning asosiy vositalari va boshqa mol-mulki (aktivlari)ning chiqib ketishi (balansdan chiqarilishi)dan ko'rilgan zararlarni, xo'jalik yurituvchi subyekt tomonidan uch yildan ortiq ishlatilgan asosiy vositalarni sotishdan ko'rilgan zarardan tashqari. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

1.40. Xo'jalik shartnomalari shartlarining, shu jumladan mahsulot yetkazib beruvchilar va debitorlar aybi bilan buzilganligi uchun belgilangan yoki e'tirof etilgan jarimalar, penyalarni, neustoykalar va boshqa xil sanksiyalar, shuningdek, yetkazilgan zararlarni to'lash bo'yicha xarajatlar.

1.41. Soliq haqidagi qonunlarni va boshqa qonunlarni buzganlik uchun jarima va penyalari.

1.42. To'langan boshqa jarimalar.

1.43. Xo'jalik yurituvchi subyektning «Davr xarajatlari» bo'limining 2.3.22-bandida ko'rsatilgan boshqa operatsiya xarajatlari. (O'zR Prezidentining 18.12.2006-y. PQ-532-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

MOLIYAVIY FAOLIYAT BO'YICHA XARAJATLAR

1.44. To'lov muddati o'tgan va uzaytirilgan ssudalar bo'yicha foizlar. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

O'zR Prezidentining 27.12.2005-y. PQ-244-son Qaroriga muvofiq 1.45. band chiqarib tashlangan.

1.45. Banklar va boshqa moliya-kredit tashkilotlarining uzoq muddatli kreditlari bo'yicha foizlar (investitsiya davrida kapital qo'yilmalar tarkibiga kiradigan investitsiyalarga olingan bank va boshqa moliya-kredit tashkilotlari kreditlari bo'yicha foizlar, shuningdek, lizing obyektini sotib olish uchun olingan kreditlar bo'yicha belgilangan boshqa to'lovlar foizlaridan tashqari). (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

O'zR Prezidentining 27.12.2005-y. PQ-244-son Qaroriga muvofiq 1.46. band chiqarib tashlangan.

1.46. Qimmatli qog'ozlar chiqarish bilan bog'liq xarajatlar.

1.47. Qimmatli qog'ozlar qiymatini muddatidan oldin to'lash munosabati bilan vujudga kelgan diskont, agar u budjetdan qarzlarni to'lash bilan bog'liq bo'lmasa.

O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qaroriga muvofiq bo'lim chiqarib tashlangan.

TOVAR-MODDIY ZAXIRALARNI QAYTA BAHOLASH BILAN BOG'LIQ XARAJATLAR MODDALARI

1.48. Qayta baholashni o'tkazish chog'ida paydo bo'ladigan moliyaviy hisobotlarni tayyorlash maqsadida, inflatsiya jarayonlarini hisobga olish uchun tovar-moddiy zaxiralar qiymatining ortishi qayta baholash zaxira schyotiga kredit qilinadi va xo'jalik yurituvchi subyekt

foydasi tarkibida ko'rsatilmaydi. Biroq soliq solinadigan bazani baholash maqsadida qiymatning bunday oshirilishi teskari tartibda ushbu ilovaga muvofiq balans foydaga qo'shiladi.

O'zR Prezidentining 18.12.2006-y. PQ-532-son Qaroriga muvofiq II bo'lim chiqarib tashlangan.

**II. BANKLAR, SUG'URTA TASHKILOTLARI,
VIDEOSALONLAR, VIDEO KO'RSATUV, VIDEO VA
AUDIOGA YOZISH PUNKTLARI, KIMOSHDI SAVDOLARI,
KAZINO, NODAVLAT ORGANLARI TOMONIDAN
O'TKAZILADIGAN LOTEREYA O'YINLARI, OMMAVIY
KONSERT-TOMOSHA TADBIRLARI, SHUNINGDEK, 1995-YIL
1-YANVARGACHA AMALDA BO'LGAN SOLIQ SOLISH
TARTIBINI SAQLAB QOLGAN XORIJIY INVESTITSIYALAR
ISHTIROKIDAGI ISHLAB CHIQRISH KORXONALARI
UCHUN SOLIQ OLINADIGAN BAZADAN
CHIQRILMAYDIGAN XARAJATLARNING QO'SHIMCHA
MODDALARI**

(O'zR VM 18.10.2006-y. 217-son Qarori tahriridagi bo'lim nomi),
(Oldingi tahririga qarang).

2.1. ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARI BO'YICHA:

2.1.1. Amalda bajarilgan ishlar uchun xo'jalik yurituvchi subyektda qabul qilingan mehnatga haq to'lash shakllari va tizimlariga, shu jumladan mehnat unumdorligini hisobga olish bo'yicha boshlang'ich hujjatlarda nazarda tutilgan rag'batlantiruvchi tusdagi to'lovlarga muvofiq ishbay baholar, tarif stavkalari va lavozim maoshlaridan kelib chiqqan holda ishlab chiqarish tusidagi hisoblab yozilgan ish haqi.

2.1.2. Kasb mahorati, murabbiylik uchun tarif stavkalariga va maoshlarga ustamalar.

2.1.3. Ish tartibi va mehnat sharoitlari bilan bog'liq bo'lgan kompensatsiya tusidagi to'lovlar, shu jumladan:

2.1.3.1. Texnologik jarayon jadvalida nazarda tutilgan, tungi vaqtda, belgilangan vaqtdan tashqari, dam olish va bayram (ishlanmaydigan) kunlarida ishlaganlik uchun tarif stavkalariga hamda maoshlarga ustama va qo'shimcha haqlar.

2.1.3.2. Ko'p smenali tartibda ishlaganlik, kasblarni qo'shib bajarganlik va xizmat ko'rsatish tegrasini kengaytirganlik uchun ustamalar.

2.1.3.3. Hukumat tomonidan tasdiqlangan kasblar va ishlar ro'yxati bo'yicha og'ir, zararli, o'ta zararli mehnat sharoitlarida va tabiiy-iqlim sharoitlarida ishlaganlik uchun ustamalar, shu jumladan ushbu sharoitlardagi uzluksiz ish staji uchun ish haqiga ustamalar.

2.1.3.4. Aloqa, temir yo'l, daryo, avtomobil transporti va tosh yo'llar xodimlari hamda doimiy ishi yo'lda o'tadigan yoki qatnov tusida bo'lgan boshqa xodimlar ish haqiga, yo'lda o'tadigan har bir sutka uchun, xo'jalik yurituvchi subyekt joylashgan joydan jo'nab ketgan vaqtdan u yerga qaytib kelgan vaqtigacha to'lanadigan ustamalar.

2.1.3.5. Qurilishda, rekonstruksiya qilishda va to'liq ta'mirlashda bevosita band bo'lgan xodimlar uchun, shuningdek, qonunchilikda nazarda tutilgan hollarda ishlar vaxta usulida bajarilganda, ishlarning ko'chma va qatnov tusidaligi uchun ustamalar.

2.1.3.6. Yer osti ishlari bilan doimiy band bo'lgan xodimlarga, ularning shaxtada (konda) ish joyiga jo'nab ketishlaridan va orqaga qaytishlarigacha o'tadigan normativ vaqt uchun qo'shimcha haq.

2.1.3.7. Mehnatga haq to'lashning rayonlar bo'yicha tartibga solinishiga, shu jumladan rayon koeffitsiyentlari hamda amaldagi qonunchilikka muvofiq cho'l, suvsiz va yuqori tog' joylarida ishlaganlik uchun koeffitsiyentlar bilan belgilangan to'lovlar.

2.1.3.8. Xo'jalik yurituvchi subyekt joylashgan joy (to'planish punkti)dan ish joyiga va orqaga qaytadigan yo'lda o'tadigan kunlar uchun vaxta usulida ishlash jadvalida nazarda tutilgan yo'lda bo'lingan kunlar uchun, shuningdek, xodimlarning meteorologiya sharoitlari bo'yicha va transport tashkilotlarining aybi bilan yo'lda tutilib qolgan kunlar uchun tarif stavkasi, oklad miqdorida to'lanadigan summalar (ishlar vaxta usulida bajarilganda).

2.1.4. Ish vaxta usulida tashkil etilganda, ish vaqti jamlab hisobga olingan taqdirda va qonunchilikda belgilangan boshqa hollarda xodimlarga ish vaqtining normal davom etish muddatidan ortiqcha ishlaganlik munosabati bilan beriladigan dam olish kunlari (ish vaqtdan tashqari ishlaganlik uchun beriladigan dam olish kunlari) uchun haq to'lash.

2.1.5. Ishlanmagan vaqt uchun haq to'lash.

2.1.5.1. Amaldagi qonunchilikka muvofiq navbatdagi (har yilgi) va qo'shimcha ta'tillar, foydalanilmagan navbatdagi (har yilgi) ta'tillar va

qo'shimcha ta'tillar uchun kompensatsiya, o'smirlarning imtiyozli soatlari, onalarning chaqaloqni ovqatlantirish uchun ishdagi tanaffuslari, shuningdek, tibbiy ko'rikdan o'tish bilan bog'liq vaqt uchun haq to'lash.

2.1.5.2. Asosiy ish haqi qisman saqlanib qolgan holda majburiy ta'tilda bo'lgan xodimlarga to'lovlar.

2.1.6. Davlat vazifalarini (harbiy yig'inlar, favqulodda vaziyatlar bo'yicha yig'inlar va hokazo) bajarganlik uchun mehnat haqi to'lash.

2.1.7. Ishlab chiqarish jarayonida qatnashayotgan xodimlar mehnatiga haq to'lash jamg'armasiga belgilangan tartibga muvofiq kiritiladigan boshqa xil to'lovlar.

2.2. DAVR XARAJATLARI BO'YICHA:

2.2.1. Mazkur Nizomning 1.2-bandida sanab o'tilgan boshqaruv xodimlariga tegishli xodimlar mehnatiga haq to'lash xarajatlari.

2.2.2. Qonunchilikka muvofiq yoki xo'jalik yurituvchi subyektni o'zining qaroriga ko'ra majburiy ishga chiqilmagan vaqt yoki past haq to'lanadigan ish bajarilganligi uchun haq to'lash.

2.2.3. Mehnat layoqati vaqtincha yo'qotilgan taqdirda qonunchilikda belgilangan amaldagi ish haqigacha bo'lgan ustama.

2.2.4. Asosiy ish joyi bo'yicha ishchilarga, xo'jalik yurituvchi subyekt ishchilari va mutaxassislariga ular ishdan ajralgan holda malaka oshirish va kadrlarni qayta tayyorlash tizimida o'qigan vaqt uchun haq to'lash.

2.2.5. Bolalarni tarbiyalayotgan ayollar ta'tiliga qonunchilikka muvofiq haq to'lash.

**) Izoh. Ushbu ilovaning birinchi qismida (1.1, 1.2, 1.11, 1.12, 1.21, 1.35, 1.36, 1.37, 1.38, 1.40, 1.41, 1.42, 1.47-bandlardan tashqari) nazarda tutilgan xarajatlar smetasi xo'jalik yurituvchi subyektning vakolatli boshqaruv organi (qatnashchilar, muassislarning umumiy yig'ilishi, aksiyadorlik jamiyatlarida esa kuzatuvchi kengash) tomonidan tasdiqlanadi. Xo'jalik yurituvchi subyektning ustav jamjarmasidagi davlat ulushi 25 foiz va undan ortiq bo'lgan taqdirda xarajatlar smetasi O'zbekiston Respublikasi Davlat mulki qo'mitasi bilan kelishgan holda tasdiqlanadi.*

**Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va
sotish xarajatlarining tarkibi hamda moliyaviy
natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risidagi
Nizomga
2-ILOVA**

O'zR VM 11.03.2009-y. 63-son Qaroriga muvofiq 2-ilova chiqarib
tashlangan.

**USHBU DAVRNING SOLIQ SOLINADIGAN
BAZASIDAN CHIQARILMAYDIGAN, BIROQ
KEYINGI DAVRLARNING SOLIQ SOLINADIGAN
BAZASIDAN CHIQARILADIGAN XARAJATLAR
(VAQTLAR BO'YICHA TAFOVUTLAR)**

Xarajatlarning ushbu moddalari xo'jalik yurituvchi subyektlarning moliyaviy hisobotlarida davr xarajatlar sifatida hisobga olinadi. Biroq ular soliq olish maqsadlari uchun ularni soliq solinadigan bazaga kiritish uchun foydaga qaytadan hisobga olinadi, so'ngra esa ushbu xarajatlarning butun foydali muddati davomida yoki 10 yil mobaynida, ushbu muddatlardan qaysi birining (vaqtlar bo'yicha tafovutlarning) qisqa bo'lishiga qarab, keyinchalik chiqarib tashlanadi.

O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qaroridan ikkinchi xat boshi
chiqarib tashlangan.

Tovar-moddiy zaxiralarni davr xarajatlari sifatida hisobga olinadigan ikkita eng past tannarx: tannarx bo'yicha yoki sof bozor narxi bo'yicha baholash bilan bog'liq bo'lgan maxsus ajratmalar soliq solinadigan bazani hisoblashda foyda tarkibiga qaytadan kiritiladi, biroq tovar-moddiy zaxiralar haqiqatan sotilgandan keyin chegirib tashlanadi.

Ushbu davrning soliq solinadigan bazasidan chiqarilmaydigan, biroq keyingi davrlarning soliq solinadigan bazasidan chiqariladigan xarajatlarga quyidagilar kiradi:

1. Ishonchsiz qarzlarni bo'yicha rezervga ajratmalar. (O'zR Prezidentining 18.12.2006-y. PQ-532-son Qarori tahriridagi band), (Oldingi tahririga qarang).

2. Mashina va mexanizmlarning ayrim turlarini yakka tartibda sinab ko'rish hamda barcha turdagi asbob-uskunalar va texnik qurilmalarni, ularning o'rnatilish sifatini tekshirib ko'rish maqsadida (ishlatilayotgan holatda), kompleks sinab ko'rish xarajatlari.

3. Asbob-uskunalarni yetkazib bergan zavodlar yoki ularning topshirig'iga binoan ixtisoslashtirilgan xo'jalik yurituvchi subyektlar tomonidan amalga oshiriladigan shefmontaj xarajatlari.

4. Qurilayotgan xo'jalik yurituvchi subyekt direksiyasining, direksiya bo'lmagan taqdirda - texnik nazorat guruhining xarajatlari (ma'muriy xarajatlar), shuningdek, xo'jalik yurituvchi yangi subyektlar va obyektlarni foydalanishga qabul qilib olish bilan bog'liq xarajatlar.

5. Yangi ishga tushirilgan xo'jalik yurituvchi subyektlarda ishlash uchun kadrlar tayyorlash xarajatlari.

O'zR VM 15.10.2003- y. 444-son Qaroridan 6-bandi chiqarib tashlangan.

6. Yangi texnologiyalarni yaratish va qo'llanayotgan texnologiyalarni takomillashtirish bo'yicha, shuningdek, ilmiy tadqiqot, tajriba-konstruktorlik ishlarini o'tkazish, xomashyo va materiallarning yangi turlarini yaratish, ishlab chiqarishni qayta jihozlash bilan bog'liq bo'lgan mahsulotlar sifatini oshirish bo'yicha xarajatlar.

7. Boshqaruv tizimlari va vositalarini yaratish hamda takomillashtirish bo'yicha xarajatlar.

8. Seriyali va keng ko'lamda chiqariladigan mahsulotlarning yangi turlarini ishlab chiqarish hamda texnologik jarayonlarga tayyorgarlik ko'rish va ularni o'zlashtirish xarajatlari.

9. Qonunchilikka muvofiq ishchi kuchlari qabul qilish bilan bog'liq xarajatlar.

O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qaroridan 10 bandi chiqarib tashlangan.

10. Ixtirochilik va ishlab chiqarish tusidagi ratsionalizatorlik, tajriba-sinov ishlari o'tkazish, ixtirolar va ratsionalizatorlik takliflari bo'yicha modellar va namunalar tayyorlash va sinab ko'rish, ixtirochilik va ratsionalizatorlik bo'yicha ko'rgazmalar va ko'riklar, tanlovlar

o'tkazish, sertifikatlash hamda boshqa tadbirlarni tashkil etish xarajatlari, mualliflik mukofotlari to'lash hamda boshqa xarajatlar.

O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qaroridan 11-bandi chiqarib tashlangan.

11. Qazilmalarni qazib olish sohalaridagi tayyorgarlik ishlari bo'yicha xarajatlar, agar ular kapital xarajatlarga taalluqli bo'lmasa (ya'ni asosiy fondlar sifatida sarmoya bilan ta'minlanmasa).

12. Xo'jalik yurituvchi subyektlarni, ishlab chiqarish liniyalarini rivojlantirish (takomillashtirish) xarajatlari.

13. Jadallashtirilgan metod bilan hisoblangan amortizatsiya summasi va belgilangan normalar bo'yicha hisoblangan amortizatsiya summasi o'rtasidagi farq:

a) asosiy vositalar bo'yicha soliq to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiq;

b) nomoddiy aktivlar bo'yicha boshlang'ich qiymatidan va foydali ishlatish muddatidan kelib chiqqan holda xo'jalik yurituvchi subyekt tomonidan hisoblab chiqilgan normalarga muvofiq. (O'zR VM 15.10.2003-y. 444-son Qarori tahriridagi band).

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASINING QONUNI
MUHOFAZA CHORALARI, ANTIDEMPING VA
KOMPENSATSIYA BOJLARI TO‘G‘RISIDA**

(O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Axborotnomasi, 2004-y., 1-2-sonlar, 4-modda; O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2008-y., 52-son, 513-modda)

I. UMUMIY QOIDALAR

1-modda. Ushbu Qonunning maqsadi

Ushbu Qonunning maqsadi tovar importida iqtisodiyot tarmog‘iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etish uchun muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bojlari qo‘llanilishi sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat.

2-modda. Muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bojlari to‘g‘risidagi qonun hujjatlari

Muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bojlari to‘g‘risidagi qonun hujjatlari ushbu Qonun va boshqa qonun hujjatlaridan iboratdir.

Agar O‘zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomasida O‘zbekiston Respublikasining muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bojlari to‘g‘risidagi qonun hujjatlarida nazarda tutilganidan boshqacha qoidalar belgilangan bo‘lsa, xalqaro shartnoma qoidalari qo‘llaniladi.

3-modda. Asosiy tushunchalar

Ushbu Qonunda quyidagi asosiy tushunchalar qo‘llaniladi:

– iqtisodiyot tarmog‘i – O‘zbekiston Respublikasining o‘xshash tovar ishlab chiqaruvchilarining barchasi yoki O‘zbekistonda shunday tovar ishlab chiqarish umumiy hajmida ulushi asosiy qismni tashkil etadigan ishlab chiqaruvchilarning jami;

– iqtisodiyot tarmog‘iga yetkazilayotgan jiddiy zarar – O‘zbekiston Respublikasining bojxona hududiga tovar importi ko‘payganligi, demping narxlaridagi tovar importi yoki subsidiya bilan ta‘minlangan tovar importi oqibatida iqtisodiyot tarmog‘ining ishlab chiqarish, savdo va moliyaviy ko‘rsatkichlari sezilarli darajada pasayganligi yoxud iqtisodiyot tarmog‘i rivojlanishida sur‘at sezilarli darajada susayganligi;

– iqtisodiyot tarmog‘iga jiddiy zarar yetkazilishi xavfi – iqtisodiyot tarmog‘iga jiddiy zarar yetkazilishi muqarrar ekanligining dalillar bilan tasdiqlanganligi;

– odatdagi savdo jarayoni – tovarning uni ishlab chiqaruvchi mamlakat yoki eksport qiluvchi mamlakatning ichki bozorida o'rtacha olingan tannarxi va o'rtacha foyda normasidan yoki o'xshash sharoitdagi uchinchi mamlakatdan O'zbekiston Respublikasiga import qilinadigan o'xshash tovarlarga taqqoslama narxlardan tarkib topadigan narxdagi oldi-sotdisi;

– oldingi davr – tekshiruv o'tkazish to'g'risidagi ariza topshirilgan kunga qadar kechgan hamda zaruriy statistika ma'lumotlari bo'lgan so'nggi uch yil;

– o'xshash tovar – qanday vazifa bajara olishi va nimaga mo'ljallanganligi, qo'llanilishi, sifat va texnik xususiyatlariga, shuningdek, boshqa asosiy xossalriga ko'ra import qilinayotgan tovar bilan batamom bir xil bo'lgan yoki bunday tovar bilan taqqoslab bo'ladigan tovar.

4-modda. Muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bo'jlarini qo'llanish maqsadidagi tekshiruv

Muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bo'jlarini qo'llanish maqsadidagi tekshiruv O'zbekiston Respublikasining bojxona hududiga tovar importi ko'payganligini, demping narxlaridagi tovar importi yoki subsidiya bilan ta'minlangan tovar importi mavjudligini hamda buning oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararning yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfining borligini aniqlash uchun o'tkaziladi. Tekshiruv O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasiga belgilaydigan vakolatli organ tomonidan o'tkaziladi.

Vakolatli organ O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasiga muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bo'jlarini qo'llanish maqsadga muvofiqligi to'g'risida xulosa taqdim etadi.

5-modda. Muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bo'jlarini qo'llanish muddatini hisoblash

Muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bo'jlarini qo'llanish muddatini hisoblash O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasiga tomonidan ularni qo'llanish to'g'risida qaror qabul qilingan kundan e'tiboran boshlanadi.

II. MUHOFAZA CHORALARI

6-modda. Muhofaza choralarining qo'llanilishi

Tovar importi ko'payishini cheklash bo'yicha tovar importining miqdori va (yoki) qiymatiga (import kvotasi) nisbatan cheklov tariqasida, import bojidan tashqari undiriladigan maxsus boj tariqasida

qo'llaniladigan choralar yoki tovar importi ko'payishini cheklashga qaratilgan boshqa choralar muhofaza choralaridir.

Agar O'zbekiston Respublikasining bojxona hududiga tovar importi iqtisodiyot tarmog'iga jiddiy zarar yetkazayotgan yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini tug'dirayotgan hajmda (mutlaq ifodasida yoki uni O'zbekiston Respublikasida ishlab chiqarishga nisbatan) va sharoitda amalga oshirilayotganligi vakolatli organning tekshiruv natijalari asosida aniqlangan bo'lsa, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qaroriga binoan muhofaza choralari qo'llaniladi.

Muhofaza choralari tovar importi ko'payganligi oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etish uchun zarur bo'lgan miqdorda va muddatda qo'llaniladi.

Tovar importini miqdoriy cheklash tariqasidagi muhofaza chorasining qo'llanilishi tovar importi hajmini oldingi davrdagi tovar importining o'rtacha miqdor darajasidan kamaytirmasligi kerak, iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etish uchun tovar importining boshqa darajasini belgilash zarurligiga asos bo'lgan hollar bundan mustasno.

7-modda. Tovar importi ko'payganligi munosabati bilan iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini aniqlash

Tovar importi ko'payganligi munosabati bilan iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini aniqlash dalillarga asoslanadi hamda import tovar yetkazib berilishi hajmining o'sish sur'atini, uning ko'payish belgilari mavjudligini, shuningdek, iqtisodiyot tarmog'i ishlab chiqarish, savdo va moliyaviy ko'rsatkichlarining sezilarli darajada pasayishiga yoki iqtisodiyot tarmog'i rivojlanishida sur'at sezilarli darajada susayishiga olib kelgan yoki olib kelishi mumkin bo'lgan obyektiv tUSDagi boshqa omillarni o'rganishni o'z ichiga oladi.

8-modda. Muhofaza choralari qo'llanilishining xususiyatlari

Alohida hollarda, agar tekshiruv tugallangunga qadar muhofaza choralari qo'llanishda sustkashlik qilish iqtisodiyot tarmog'iga keyinchalik bartaraf etish qiyin bo'lgan darajada jiddiy zarar yetkazishi mumkin ekanligi vakolatli organ tomonidan aniqlangan bo'lsa, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi vakolatli organning dastlabki xulosasi asosida, vakolatli organ tomonidan uzl-kesil xulosa

olish maqsadida tekshiruv davom ettirilish sharti bilan, muvaqqat muhofaza chorasini qo'llanish to'g'risida qaror qabul qilishi mumkin.

Muvaqqat muhofaza chorasi muvaqqat maxsus boj ko'rinishida qo'llaniladi.

Agar tovar importi ko'payganligi oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga jiddiy zarar yetkazilmaganligi yoki jiddiy zarar yetkazilish xavfi yo'qligi tekshiruv natijalariga ko'ra vakolatli organ tomonidan aniqlangan bo'lsa, to'langan muvaqqat maxsus boj summalari to'lovchiga qonun hujjatlarida bojlarni qaytarish uchun belgilangan tartibda qaytarib berilishi kerak.

Agar maxsus boj tariqasidagi muhofaza chorasi muvaqqat maxsus bojdanda kam miqdorda qo'llanilgan bo'lsa, oradagi farq to'lovchiga qonun hujjatlarida bojlarni qaytarish uchun belgilangan tartibda qaytarib berilishi kerak.

Agar maxsus boj tariqasidagi muhofaza chorasi muvaqqat maxsus bojdanda ko'p miqdorda qo'llanilgan bo'lsa, oradagi farq to'lovchidan undirilmaydi.

Qonun hujjatlarida belgilangan hollarda vakolatli organing iltimosnomasiga binoan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi muhofaza choralarining miqdorini kamaytirishi mumkin.

9-modda. Muhofaza choralarining amal qilish muddati

Muhofaza choralarining amal qilish muddati to'rt yildan oshmasligi lozim.

Agar iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilish xavfini bartaraf etish uchun muhofaza chorasi zaruriyati saqlanib qolayotganligi qayta tekshiruv natijasida vakolatli organ tomonidan aniqlangan bo'lsa, muhofaza chorasining amal qilish muddati O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qaroriga binoan uzaytirilishi mumkin. Bunda muhofaza chorasi amal qilishining umumiy muddati sakkiz yildan oshmasligi kerak.

Muvaqqat muhofaza chorasining amal qilish muddati ikki yuz kundan oshmasligi lozim.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan muvaqqat muhofaza chorasini qo'llanish to'g'risida qaror qabul qilingan taqdirda, bunday choraning amal qilish muddati muhofaza chorasining umumiy amal qilish muddatiga qo'shiladi.

III. ANTIDEMPING BOJLARI

10-modda. Antidemping bojining qo'llanilishi

Demping narxlaridagi tovar importi uchun import bojidan tashqari undiriladigan boj antidemping bojidir.

Agar demping narxlaridagi tovar importi iqtisodiyot tarmog'iga jiddiy zarar yetkazayotganligi yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini tug'dirayotganligi vakolatli organing tekshiruvi natijalari asosida aniqlangan bo'lsa, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qaroriga binoan antidemping boji qo'llaniladi.

O'zbekiston Respublikasining bojxona hududiga eksport narxi o'zining normal qiymatidan past bo'lgan tovar importi demping narxlaridagi tovar importidir.

O'zbekiston Respublikasiga eksport qilish uchun sotilgan tovarga amalda to'langan yoki to'lanishi lozim bo'lgan narx tovarning eksport narxidir.

Eksport qiluvchi mamlakatning ichki bozorida iste'mol qilish uchun mo'ljallangan o'xshash tovarning odatdagi savdo jarayonidagi narxi yoxud o'xshash tovar eksport qiluvchi mamlakat bozorida sotilmayotgan bo'lsa yoki boshqa sabablarga ko'ra lozim darajada taqqoslashni o'tkazish imkoniyati bo'lmasa, tovar kelib chiqqan mamlakatdagi ishlab chiqarish xarajatlari asosida oqilona chiqimlarni va foydani qo'shgan holda yoxud O'zbekiston Respublikasi bilan bir xil sharoitdagi uchinchi mamlakatga eksport qilinadigan o'xshash tovarlarning narxlari asosida odatdagi savdo jarayonida aniqlanadigan narxi tovarning normal qiymatidir.

Antidemping boji demping narxlaridagi tovar importi oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etish uchun zarur bo'lgan miqdorda va muddatda qo'llaniladi.

Antidemping boji va muvaqqat antidemping bojining stavkalari demping marjasi miqdoridan oshmasligi lozim.

Antidemping boji tovar yetkazib beruvchilarning biriga yoki bir nechtasiga nisbatan qo'llanilishi mumkin.

11-modda. Demping marjasi

Eksport narxi chegirib tashlangan tovar normal qiymatining tovarning eksport narxiga foizlarda ifodalangan nisbati demping marjasidir. Demping marjasi tovarning o'rtacha olingan normal qiymatini barcha taqqoslanadigan eksport bitimlari bilan solishtirish

asosida yoki tovarning normal qiymatini muayyan bitimlar bo'yicha eksport narxlarini bilan solishtirish orqali aniqlanadi.

Agar tovarlar O'zbekiston Respublikasiga tovar kelib chiqqan mamlakatdan bevosita import qilinmay, balki uchinchi mamlakatdan eksport qilinayotgan bo'lsa, tovar eksport qilinayotgan mamlakatdan O'zbekiston Respublikasiga sotilayotgan tovarlar narxi tovar eksporti mamlakatidagi solishtirma narx bilan taqqoslanadi. Agar tovarlar tovar eksport qilinayotgan mamlakat orqali faqat olib o'tilayotgan bo'lsa yoki bunday tovarlar tovar eksport qilinayotgan mamlakatda ishlab chiqarilmasa yoxud tovar eksport qilinayotgan mamlakatda ularga solishtirma narx bo'lmasa, taqqoslash tovar kelib chiqqan mamlakatdagi narxga qiyosan o'tkazilishi mumkin.

Tovarning eksport narxi bo'lmagan yoki bunday narx tekshiruv o'tkazayotgan vakolatli organda shubha uyg'otgan hollarda, yetkazib berilayotgan tovarlarning eksport narxi yetkazib beruvchidan yoki sotuvchidan mustaqil xaridorga birinchi marta qayta sotilayotgan narx asosida yoki vakolatli organ belgilaydigan boshqa asosda hisoblab chiqilishi mumkin.

Agar vakolatli organ tomonidan tekshiruv natijasida demping marjasi eksport narxining ikki foizidan ortiqrog'ini tashkil etishi yoki demping narxlaridagi tovar importida uni yetkazib berish hajmi ancha miqdorda ekanligi aniqlangan bo'lsa, demping narxlaridagi tovar importiga nisbatan antidemping boji qo'llaniladi.

Agar demping narxlaridagi tovar importida yetkazib berish hajmi barcha o'xshash tovarlarni O'zbekiston Respublikasiga yetkazib berish umumiy hajmining uch foizidan ortiqrog'ini tashkil etsa yoki demping narxlaridagi tovar importida shunday tovarni O'zbekiston Respublikasiga yetkazib berishda har birining ulushi yetkazib berish umumiy hajmining kamida uch foizini tashkil etadigan mamlakatlardan demping narxlarida import qilishda yetkazib berish hajmi o'xshash tovarni O'zbekiston Respublikasiga yetkazib berishning umumiy hajmida jami yetti foizdan ortiqroqni tashkil etsa, yetkazib berish hajmi, tovarni yetkazib beruvchi qaysi mamlakat xususida tekshirish o'tkazilayotgan bo'lsa, shu mamlakatga nisbatan olganda ancha miqdorda deb topiladi.

12-modda. Demping narxlaridagi tovar importi oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini aniqlash

Demping narxlaridagi tovar importi oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini aniqlash dalillarga asoslanadi va tovar demping narxlarida import qilinayotgandagi uning yetkazib berish hajmini, bu tovarning sifatini, O'zbekiston Respublikasining ichki bozoridagi o'xshash tovarlar narxlariga ta'sirini hamda bunday yetkazib berishning iqtisodiyot tarmog'i uchun oqibatlarini o'rganishni o'z ichiga oladi.

Vakolatli organ tovar demping narxlarida import qilinayotgan paytda uning yetkazib berish hajmini tekshirayotganda bunga taalluqli, iqtisodiyot tarmog'ining holatiga ta'sir ko'rsatuvchi barcha omillar va ko'rsatkichlarni o'rganib chiqadi.

13-modda. Antidemping bojlari qo'llanilishining xususiyatlari

Alohida hollarda, lekin tekshiruv boshlanganidan keyin kamida oltmish kun o'tgach, agar tekshiruv tugallangunga qadar olingan ma'lumot tovar demping narxlarida import qilinayotganligidan va bunday tovar importidan iqtisodiyot tarmog'iga jiddiy zarar yetkazilayotganligidan yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfi borligidan dalolat bersa, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi vakolatli organning dastlabki xulosasi asosida muvaqqat antidemping bojini qo'llanish to'g'risida qaror qabul qilishi mumkin.

Agar demping narxlaridagi tovar importi oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga jiddiy zarar yetkazilmayotganligi yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfi yo'qligi tekshiruv natijalariga ko'ra vakolatli organ tomonidan aniqlangan bo'lsa, to'langan muvaqqat antidemping boji summalari to'lovchiga qonun hujjatlarida bojlarni qaytarish uchun belgilangan tartibda qaytarib berilishi kerak.

Agar antidemping boji muvaqqat antidemping bojidan kam miqdorda qo'llanilgan bo'lsa, oradagi farq to'lovchiga qonun hujjatlarida bojlarni qaytarish uchun belgilangan tartibda qaytarib berilishi kerak.

Agar antidemping boji muvaqqat antidemping bojidan ko'p miqdorda qo'llanilgan bo'lsa, oradagi farq to'lovchidan undirilmaydi.

Tekshiruv boshlangan sanadan avvalroq erkin muomalaga chiqarilgan tovarga nisbatan antidemping boji qo'llanilishi mumkin emas.

Antidemping boji qonun hujjatlarida belgilangan soliqlar, yig'implar, bojlar va boshqa majburiy to'lovlar undirilishidan qat'i nazar qo'llaniladi.

14-modda. Antidemping bojining amal qilish muddati

Antidemping bojining amal qilish muddati uni qo'llanish boshlangan yoki demping narxlaridagi tovar importi nuqtayi nazaridan

ham, iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zarar yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfining bor-yo'qligi nuqtayi nazaridan ham oxirgi marta qayta ko'rib chiqilgan paytdan e'tiboran besh yildan oshmasligi lozim, antidemping bojining amal qilish muddati tugagunga qadar boshlangan qayta ko'rib chiqish jarayonida antidemping bojining amal qilishini tugatish demping narxlaridagi tovar importining va iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zarar yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfining davom etishiga yoki tiklanishiga olib kelishi vakolatli organ tomonidan aniqlangan hollar bundan mustasno. Bunday hollarda antidemping boji qayta ko'rib chiqish uchun asos bo'lgan takroriy tekshiruv natijalari olingunga qadar qo'llanilaveradi.

Antidemping bojini qayta ko'rib chiqish maqsadidagi takroriy tekshiruv vakolatli organning tashabbusiga yoki manfaatdor shaxslarning so'roviga ko'ra ular antidemping bojini qayta ko'rib chiqish zarurligini tasdiqlovchi axborotni taqdim etganlaridan keyin amalga oshiriladi. Antidemping bojini qayta ko'rib chiqish maqsadidagi takroriy tekshiruv shu tekshiruvni boshlash to'g'risida qaror qabul qilingan kundan e'tiboran o'n ikki oy ichida tugallanishi kerak.

Antidemping bojini qo'llanishni davom ettirish yoki bunday bojning stavkasini qayta ko'rib chiqish zarurligi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan takroriy tekshiruv natijalariga binoan vakolatli organning xulosasi asosida aniqlanadi.

Muvaqqat antidemping boji olti oygacha bo'lgan muddatga belgilanadi. Mazkur muhlat O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori bilan to'qqiz oygacha bo'lgan muddatga uzaytirilishi mumkin.

15-modda. Demping narxlaridagi tovarni import qilishda narxlar bo'yicha majburiyatlar

Tekshiruv obyeksi bo'lgan tovarni eksport qiluvchining narxni qayta ko'rib chiqish yoki tovarni O'zbekiston Respublikasining bojxona hududiga uning normal qiymatidan past narxda eksport qilishni tugatish to'g'risidagi ixtiyoriy majburiyatlari demping narxlaridagi tovarni import qilishda narxlar bo'yicha majburiyatlardir.

Demping narxlaridagi tovarni import qilishda narxlar bo'yicha majburiyatlar eksport qiluvchidan olingan taqdirda, agar vakolatli organ bunday majburiyatlarning qabul qilinishi iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etishini aniqlagan bo'lsa, tekshiruv antidemping bojlari yoki

muvaqqat antidemping bojlari qo'llanilmasdan to'xtatib turilishi yoki tugatilishi mumkin.

Demping narxlaridagi tovarni import qilishda narxlar bo'yicha majburiyatlarga muvofiq tovar narxlari darajasi demping marjasini bartaraf etish uchun zarur bo'lganidan ortiq bo'lishi mumkin emas. Tovar narxlarining oshirilishi, agar bunday oshirish iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etish uchun kifoya qilsa, demping marjasidan kam bo'lishi mumkin.

Tovar demping narxlarida import qilinayotganligi va bunday import oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zarar yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfining bor-yo'qligi to'g'risida vakolatli organ tomonidan dastlabki xulosa chiqarilgunga qadar demping narxlaridagi tovarni import qilishda narxlar bo'yicha majburiyatlar eksport qiluvchi tomonidan qabul qilinmaydi.

Demping narxlaridagi tovarni import qilishda narxlar bo'yicha majburiyatlar eksport qiluvchi tomonidan qabul qilingan taqdirda, tekshiruv uning iltimosnomasiga yoki vakolatli organing qaroriga binoan davom ettirilishi mumkin. Agar tekshiruv natijalariga ko'ra tovar demping narxlarida import qilinmayotganligi yoki bunday import oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga jiddiy zarar yetmayotganligi yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfi yo'qligi to'g'risida xulosa chiqarilgan bo'lsa, demping narxlaridagi tovarni import qilishda narxlar bo'yicha majburiyatlar o'z kuchini yo'qotadi, chiqarilgan xulosa ko'p jihatdan narxlar bo'yicha majburiyatlar mavjudligining natijasi bo'lgan hollar bundan mustasno. Bunday hollarda mazkur majburiyatlar iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etish uchun zarur bo'lgan muddat mobaynida o'z kuchini saqlab turadi.

Demping narxlaridagi tovarni import qilishda narxlar bo'yicha majburiyatlar eksport qiluvchi tomonidan buzilgan yoki qaytarib olingan taqdirda, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi antidemping bojini yoki muvaqqat antidemping bojini qo'llanish to'g'risida qaror qabul qilishi mumkin.

IV. KOMPENSATSIYA BOJLARI

16-modda. Kompensatsiya bojlarining qo'llanilishi

Subsidiya bilan ta'minlangan tovar importi uchun import bojidan tashqari undiriladigan boj kompensatsiya bojidir.

Agar subsidiya bilan ta'minlangan tovar importi iqtisodiyot tarmog'iga jiddiy zarar yetkazayotganligi yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini tug'dirayotganligi vakolatli organning tekshiruvi natijalari asosida aniqlangan bo'lsa, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qaroriga binoan kompensatsiya boji qo'llaniladi.

Ishlab chiqarish, eksport qilish yoki tashish paytida chet davlatning subsidiyasidan foydalanilgan tovarning O'zbekiston Respublikasining bojxona hududiga importi subsidiya bilan ta'minlangan tovar importidir.

Kompensatsiya boji subsidiya bilan ta'minlangan tovar importi oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etish uchun zarur miqdorda va muddatda qo'llaniladi.

Kompensatsiya bojining stavkasi subsidiya bilan ta'minlangan tovarni O'zbekiston Respublikasining bojxona hududiga import qilishda shu tovarning birligi hisobiga chet davlat subsidiyasining tekshiruvda aniqlangan miqdoridan oshmasligi lozim.

Bitta tovarga nisbatan bir vaqtning o'zida kompensatsiya va antidemping boji qo'llanilishiga yo'l qo'yilmaydi.

17-modda. Chet davlat subsidiyasi

Chet davlat hukumatining yoki boshqa organining yoxud chet davlatlar ittifoqining (bundan buyon matnda chet davlat deb yuritiladi) subsidiya oluvchiga qo'shimcha afzalliklar beradigan va bevosita chet davlat tomonidan yoxud uning topshirig'iga binoan amalga oshiriladigan moliyaviy ko'magi chet davlat subsidiyasi (bundan buyon matnda subsidiya deb yuritiladi) hisoblanadi.

Subsidiya oluvchiga qo'shimcha afzalliklar beradigan moliyaviy ko'makning quyidagi turlari subsidiyalar deb tan olinadi:

– chet davlat tomonidan moliyaviy mablag'larni (shu jumladan grantlar, zayomlar, aksiyalarni sotib olish tariqasidagi moliyaviy mablag'larni) to'g'ridan-to'g'ri o'tkazish yoki shunday mablag'larni (shu jumladan zayomlar bo'yicha kafolatlar tariqasidagi mablag'larni) o'tkazish bo'yicha majburiyatlar;

– chet davlatning davlat daromadiga tushishi lozim bo'lgan to'lovlarni undirishdan voz kechishi yoki undirmasligi (shu jumladan soliq kreditlari berish yo'li bilan), eksport qilinayotgan tovarni ichki iste'mol uchun mo'ljallangan o'xshash tovardan undiriladigan soliqlar va bojlardan ozod qilish yoki bunday soliqlar va bojlarni haqiqatda hisoblab chiqarilgan summalardan oshmaydigan miqdorda kamaytirish hollari bundan mustasno;

– chet davlat tomonidan tovarlarni taqdim etish va xizmatlar ko‘rsatish (umumiy infratuzilmani saqlab turish va rivojlantirish uchun mo‘ljallangan tovarlar va xizmatlar bundan mustasno) yoki tovarlarni xarid qilib olish;

– chet davlat tomonidan moliyalashtirish fondlariga to‘lovlar to‘lash yoki o‘z vakolatlarini ushbu qismning ikkinchi, uchinchi va to‘rtinchi xatboshilarida ko‘rsatilgan, odatda chet davlat tomonidan chet davlatning odatdagi amaliyotidan haqiqatda farq qilmaydigan shartlarda amalga oshiriladigan moliyaviy yordam turlarini amalga oshirish uchun xususiy tashkilotga berish.

Moliyaviy ko‘makning subsidiya oluvchiga qo‘shimcha afzalliklar beradigan boshqa turlari ham subsidiyalar deb tan olinishi mumkin.

Subsidiyalarning vakolatli organ tomonidan tekshiruv jarayonida aniqlangan summasi, agar u subsidiya bilan ta‘minlangan tovar qiymatining bir foizdan ortiqrog‘ini tashkil etsa, kompensatsiya bojlarini qo‘llanish yo‘li bilan qoplanishi kerak.

Subsidiyalar, agar ular o‘ziga xos bo‘lsa, kompensatsiya bojining predmetidir. Foydalanilishi cheklangan va muayyan korxonaga yoki iqtisodiyot tarmog‘iga, korxonalar yoxud iqtisodiyot tarmog‘lari guruhiga, shuningdek, belgilangan jug‘rofiy mintaqada joylashgan muayyan korxonalarga beriladigan yoxud tovar eksportini rag‘batlantirishga yoki tovar importining o‘mini bosishga qaratilgan subsidiya o‘ziga xos subsidiya hisoblanadi.

Kompensatsiya bojlarining predmeti bo‘lgan subsidiyani hisob-kitob qilish tartibi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilanadi.

18-modda. Subsidiya bilan ta‘minlangan tovar importi oqibatida iqtisodiyot tarmog‘iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini aniqlash

Subsidiya bilan ta‘minlangan tovar importi oqibatida iqtisodiyot tarmog‘iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini aniqlash dalillariga asoslanadi va subsidiya bilan ta‘minlangan tovar import qilinayotgandagi uning yetkazib berish hajmini, bu tovarning sifatini, O‘zbekiston Respublikasining ichki bozoridagi o‘xshash tovarlar narxiga ta‘sirini hamda bunday yetkazib berishning iqtisodiyot tarmog‘i uchun oqibatlarini o‘rganishni o‘z ichiga oladi.

Vakolatli organ subsidiya bilan ta‘minlangan tovar import qilinayotgan paytda uning yetkazib berish hajmini tekshirayotganda

bunga taalluqli, iqtisodiyot tarmog'ining holatiga ta'sir ko'rsatuvchi barcha omillar va ko'rsatkichlarni o'rganib chiqadi.

19-modda. Kompensatsiya bojlari qo'llanilishining xususiyatlari

Alohida hollarda, lekin tekshiruv boshlanganidan keyin kamida oltmish kun o'tgach, agar tekshiruv tugallangunga qadar olingan ma'lumot subsidiya bilan ta'minlangan tovar import qilinayotganligidan va bunday tovar importidan iqtisodiyot tarmog'iga jiddiy zarar yetkazilayotganligidan yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfi borligidan dalolat bersa, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi vakolatli organning dastlabki xulosasi asosida muvaqqat kompensatsiya bojini qo'llanish to'g'risida qaror qabul qilishi mumkin.

Agar subsidiya bilan ta'minlangan tovar importi oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga jiddiy zarar yetkazilmayotganligi yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfi yo'qligi tekshiruv natijalariga ko'ra vakolatli organ tomonidan aniqlangan bo'lsa, to'langan muvaqqat kompensatsiya boji summalari to'lovchiga qonun hujjatlarida bojlarni qaytarish uchun belgilangan tartibda qaytarib berilishi kerak.

Agar kompensatsiya boji muvaqqat kompensatsiya bojidan kam miqdorda qo'llanilgan bo'lsa, oradagi farq to'lovchiga qonun hujjatlarida bojlarni qaytarish uchun belgilangan tartibda qaytarib berilishi kerak.

Agar kompensatsiya boji muvaqqat kompensatsiya bojidan ko'p miqdorda qo'llanilgan bo'lsa, oradagi farq to'lovchidan undirilmaydi.

Tekshiruv boshlangan sanadan avvalroq erkin muomalaga chiqarilgan tovarga nisbatan kompensatsiya boji qo'llanilishi mumkin emas.

Kompensatsiya boji qonun hujjatlarida belgilangan soliqlar, yig'implar, bojlar va boshqa majburiy to'lovlar undirilishidan qat'i nazar qo'llaniladi.

20-modda. Kompensatsiya bojining amal qilish muddati

Kompensatsiya bojining amal qilish muddati uni qo'llanish boshlangan yoki subsidiya bilan ta'minlangan tovar importi nuqtayi nazaridan ham, iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zarar yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfining bor-yo'qligi nuqtayi nazaridan ham oxirgi marta qayta ko'rib chiqish boshlangan paytdan e'tiboran besh yildan oshmasligi lozim, kompensatsiya bojining amal qilish muddati tugagunga qadar boshlangan qayta ko'rib chiqish jarayonida kompensatsiya bojining amal qilishini tugatish subsidiya bilan

ta'minlangan tovar importining hamda iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararning yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfining davom etishiga yoki tiklanishiga olib kelishi vakolatli organ tomonidan aniqlangan hollar bundan mustasno. Bunday hollarda kompensatsiya boji qayta ko'rib chiqish uchun asos bo'lgan takroriy tekshiruv natijalari olingunga qadar qo'llanilaveradi.

Kompensatsiya bojini qayta ko'rib chiqish maqsadidagi takroriy tekshiruv vakolatli organning tashabbusiga yoki manfaatdor shaxslarning so'roviga ko'ra ular kompensatsiya bojini qayta ko'rib chiqish zarurligini tasdiqlovchi axborotni taqdim etganlaridan keyin amalga oshiriladi. Kompensatsiya bojini qayta ko'rib chiqish maqsadidagi takroriy tekshiruv shu tekshiruvni boshlash to'g'risida qaror qabul qilingan kundan e'tiboran o'n ikki oy ichida tugallanishi kerak.

Kompensatsiya bojini qo'llanishni davom ettirish yoki bunday bojning stavkasini qayta ko'rib chiqish zarurligi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan takroriy tekshiruv natijalariga binoan vakolatli organning xulosasi asosida belgilanadi.

Muvaqqat kompensatsiya boji to'rt oygacha bo'lgan muddatga belgilanadi.

21-modda. Subsidia bilan ta'minlangan tovarni import qilishda narxlar bo'yicha majburiyatlar

Tekshiruv quyidagi hollarda kompensatsiya bojlari yoki muvaqqat kompensatsiya bojlari qo'llanilmasdan to'xtatib turilishi yoxud tugatilishi mumkin:

agar narxlar bo'yicha ixtiyoriy majburiyatlar subsidiyani bekor qilish yoki qisqartirish yoxud subsidia bilan ta'minlangan tovar importi oqibatlarini bartaraf etish maqsadida aynan o'xshash boshqa choralarni ko'rish yuzasidan tekshiruv obyekti bo'lgan tovar eksport qilinayotgan chet davlatdan olingan bo'lsa;

agar narxlar bo'yicha ixtiyoriy majburiyatlar bunday majburiyatlarning qabul qilinishini vakolatli organ iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etadi deb belgilaydigan tarzda tovar narxlarini qayta ko'rib chiqish to'g'risida tekshiruv obyekti bo'lgan tovarni eksport qiluvchidan olingan bo'lsa. Narxlar bo'yicha shunday majburiyatlarga muvofiq tovar narxlari darajasi subsidiyaning iqtisodiyot tarmog'iga ta'sirini kompensatsiya qilish uchun zarur bo'lganidan ortiq bo'lishi mumkin emas. Tovar narxlarining oshirilishi, agar bunday oshirish

iqtisodiyot tarmog‘iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etish uchun kifoya qilsa, subsidiya miqdoridan kam bo‘lishi mumkin.

Subsidiya bilan ta‘minlangan tovar import qilinayotganligi va bunday import oqibatida iqtisodiyot tarmog‘iga yetkazilayotgan jiddiy zarar yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfining bor-yo‘qligi to‘g‘risida vakolatli organ tomonidan dastlabki xulosa chiqarilgunga qadar subsidiya bilan ta‘minlangan tovarni import qilishda narxlar bo‘yicha majburiyatlar chet davlat yoki eksport qiluvchi tomonidan qabul qilinmaydi.

Subsidiya bilan ta‘minlangan tovarni import qilishda narxlar bo‘yicha majburiyatlar chet davlat yoki eksport qiluvchi tomonidan qabul qilingan taqdirda, tekshiruv tovar eksport qilinayotgan chet davlatning iltimosnomasiga yoki O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qaroriga binoan davom ettirilishi mumkin. Agar tekshiruv natijalariga ko‘ra subsidiya bilan ta‘minlangan tovar import qilinmayotganligi yoki bunday import oqibatida iqtisodiyot tarmog‘iga jiddiy zarar yetmayotganligi yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfi yo‘qligi to‘g‘risida xulosa chiqarilgan bo‘lsa, subsidiya bilan ta‘minlangan tovarni import qilishda narxlar bo‘yicha majburiyatlar o‘z kuchini yo‘qotadi, chiqarilgan xulosa ko‘p jihatdan narxlar bo‘yicha majburiyatlar mavjudligining natijasi bo‘lgan hollar bundan mustasno. Bunday hollarda mazkur majburiyatlar iqtisodiyot tarmog‘iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etish uchun zarur bo‘lgan muddat mobaynida o‘z kuchini saqlab turadi.

Subsidiya bilan ta‘minlangan tovarni import qilishda narxlar bo‘yicha majburiyatlar tovar eksport qilinayotgan chet davlat tomonidan yoki eksport qiluvchi tomonidan buzilgan yoki qaytarib olingan taqdirda, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi kompensatsiya bojini yoki muvaqqat kompensatsiya bojini qo‘llanish to‘g‘risida qaror qabul qilishi mumkin.

V. TEKSHIRUV O‘TKAZISH

22-modda. Tekshiruv o‘tkazish to‘g‘risida ariza berish tartibi

Tekshiruv vakolatli organ tomonidan, iqtisodiyotning tegishli tarmog‘i manfaatlarini ifoda etuvchi yuridik yoki jismoniy shaxslarning yozma arizasiga binoan o‘tkaziladi.

Tekshiruv o'tkazish to'g'risidagi ariza (bundan buyon matnda ariza deb yuritiladi) umumiy ishlab chiqarishi O'zbekiston Respublikasi ishlab chiqaruvchilarining mazkur ariza yuzasidan o'z fikrini yozma ravishda bildirgan qismi tomonidan ishlab chiqarilgan jami o'xshash tovarning ellik foizidan ortiqrog'ini tashkil etadigan O'zbekiston Respublikasi ishlab chiqaruvchilari tomonidan qo'llab-quvvatlansa, u berilgan deb hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasi ishlab chiqaruvchilarining arizani qo'llab-quvvatlovchilari ulushiga O'zbekiston Respublikasida o'xshash tovarlarni jami ishlab chiqarishning kamida yigirma besh foizi to'g'ri kelishi kerak.

Arizada quyidagi ma'lumotlar bo'lishi kerak:

ariza beruvchining nomi, ariza beruvchi oldingi davrda o'xshash tovarni ishlab chiqarganligi to'g'risidagi ma'lumotlar;

O'zbekiston Respublikasining bojxona hududiga olib kirilayotgan, tekshiruv obyekti bo'lgan tovarning tavsifi, tovar kelib chiqqan mamlakat nomi, chet davlatning ariza beruvchiga ma'lum eksport qiluvchilari va ishlab chiqaruvchilari, shuningdek, O'zbekiston Respublikasida o'xshash tovar ishlab chiqaruvchilardan qaysilari unga ma'lum bo'lsa, shu ishlab chiqaruvchilar to'g'risidagi ma'lumotlar;

tovar narxlarining, tovar importi ko'payganligi sur'atlari va hajmlarining mutlaq va nisbiy miqdorlari to'g'risidagi, tovar importining ichki bozordagi o'xshash tovarning narxlariga va iqtisodiyot tarmog'iga ta'siri haqidagi, tovarning O'zbekiston Respublikasining ichki bozoridagi ulushi to'g'risidagi ma'lumotlar;

demping narxlaridagi tovar import qilinayotganligi va bunday tovar importi oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga jiddiy zarar yetkazilayotganligi yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfining borligi dalillari, shunday tovarning normal qiymati va eksport narxiga oid ma'lumotlar (ushbu Qonunning III bobida nazarda tutilgan hollar uchun);

subsidiyaning mavjudligi dalillari, imkoni bo'lganda shunday subsidiyaning miqdorini va subsidiya bilan ta'minlangan tovar importi oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zarar yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfining bor-yo'qligini ko'rsatgan holda (ushbu Qonunning IV bobida nazarda tutilgan hollar uchun).

Ariza tekshiruv boshlangunga qadar yoki tekshiruv o'tkazilayotgan paytda ariza beruvchi tomonidan qaytarib olinishi mumkin. Agar ariza tekshiruv boshlangunga qadar qaytarib olingan bo'lsa, u berilmagan deb hisoblanadi. Agar ariza tekshiruv o'tkazilayotgan paytda qaytarib

olingan bo'lsa, vakolatli organ tekshiruvni davom ettirish yoki uni tugatish huquqiga ega.

Tovar importi ko'payganligi, demping narxlaridagi tovar importi yoki subsidiya bilan ta'minlangan tovar importi mavjudligi va bunday import oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararning yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfining borligi dalillari bo'lgan taqdirda, tekshiruv vakolatli organning o'z tashabbusi bilan o'tkazilishi mumkin.

23-modda. Tekshiruvni boshlash uchun majburiy shartlar

Ariza berilganidan keyin o'ttiz kun ichida vakolatli organ arizada ko'rsatilgan ma'lumotlarning ishonchliligi va yetarliligini ko'rib chiqishi hamda tekshiruv o'tkazish to'g'risida yoki tekshiruv o'tkazishni rad etish to'g'risida qaror qabul qilib, bu haqda ariza beruvchiga yozma ravishda xabar qilishi kerak. Tekshiruv o'tkazishni rad etish to'g'risida qaror qabul qilinganda rad etish sabablaridan ariza beruvchini vakolatli organ xabardor etadi.

Tekshiruv o'tkazish to'g'risida qaror qabul qilingunga qadar vakolatli organ arizaning mazmunini, uning olinganligi va ko'rib chiqilganligi haqidagi ma'lumotlarni oshkor qilish huquqiga ega emas.

Vakolatli organ, agar u ma'lumotlarni yetarli emas deb topsa, ariza olingan kundan e'tiboran o'n kunlik muddatda bu haqda ariza beruvchiga yozma ravishda xabar qiladi va unga o'z arizasiga o'zgartirishlar yoki qo'shimchalar kiritish imkoniyatini beradi.

Agar ariza beruvchi o'z arizasiga o'zgartirishlar yoki qo'shimchalar kiritisa, arizani ko'rib chiqish muddati ana shu o'zgartirishlar yoki qo'shimchalar olingan kundan e'tiboran boshlanadi.

Agar ariza beruvchi vakolatli organ so'rayotgan qo'shimcha ma'lumotlarni xabar olingan sanadan e'tiboran o'n besh kun ichida taqdim etmasa va bunday ma'lumotlarni taqdim etishni kechiktirish to'g'risida iltimos qilmagan bo'lsa, vakolatli organ arizani ko'rib chiqishni rad etishga haqli bo'lib, bu haqda ariza beruvchiga yozma ravishda xabar qiladi.

Vakolatli organ tekshiruvni boshlash uchun ariza beruvchining ariza berilishiga sabab bo'lgan tovarni umumiy ishlab chiqarishdagi ulushini aniqlash orqali arizani ko'rib chiqishda xolislikka rioya etilishini va ariza yuzasidan O'zbekiston Respublikasining iqtisodiyot tegishli tarmog'i ishlab chiqaruvchilarining fikrlari mumkin qadar ko'proq inobatga olinishini ta'minlaydi. Buning uchun vakolatli organ O'zbekiston Respublikasining o'xshash tovar boshqa ishlab

chiqaruvchilari va iste'molchilarining ushbu ariza yuzasidan fikrlarini so'rab olishga haqli.

24-modda. Tekshiruvni boshlash to'g'risidagi qaror va tekshiruv boshlanganligidan xabardor qilish

Tekshiruvni boshlash to'g'risida qaror qabul qilinganligidan keyin vakolatli organ o'ttiz kun ichida:

- barcha manfaatdor shaxslarni bo'lajak tekshiruvdan xabardor qiladi;
- tekshiruvning boshlanishi haqida rasmiy nashrda bildirish e'lon qiladi.

Tekshiruvning boshlanishi haqidagi bildirishda quyidagilar ko'rsatilgan bo'lishi kerak:

- eksport qiluvchi mamlakatning, mamlakatlarning nomi va tekshiruv obyekti bo'lgan tovarning nomi;
- tekshiruv boshlanadigan sana;
- arizaning qonuniyligini tasdiqlovchi faktlarning qisqacha bayoni;
- manfaatdor shaxslar o'z materiallarini yuborishlari lozim bo'lgan manzil va ularni taqdim etish muddatlari.

Tekshiruv mazkur tekshiruv obyekti bo'lgan tovarning bojxona rasmiylashtiruviga va uni O'zbekiston Respublikasining bojxona hududiga chiqarilishiga monelik qilmasligi kerak.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tekshiruv o'tkazilishiga ko'maklashishlari va vakolatli organning so'roviga binoan tovarlar namunalari hamda zarur axborotni, shu jumladan maxfiy axborotni taqdim etishlari lozim.

25-modda. Tekshiruv muddatlari

Muhofaza choralari qo'llanilishidan oldingi tekshiruvni o'tkazish muddati tekshiruv boshlangan sanadan e'tiboran to'qqiz oydan oshmasligi lozim.

Antidemping va kompensatsiya bojlari qo'llanilishidan oldingi tekshiruvni o'tkazish muddati tekshiruv boshlangan sanadan e'tiboran o'n ikki oydan oshmasligi lozim. Alohida hollarda, mazkur muhlat vakolatli organning qaroriga binoan olti oygacha bo'lgan muddatga uzaytirilishi mumkin.

Agar chet davlat yoki eksport qiluvchi iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararni yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfini bartaraf etish majburiyatini o'z zimmasiga olsa, tekshiruv vakolatli organ tomonidan to'xtatib turilishi yoki tugatilishi mumkin.

26-modda. Tekshiruv o'tkazishning xususiyatlari

Agar iqtisodiyot tarmog'iga jiddiy zarar yetkazilmaganligi yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfi yo'qligi aniqlangan bo'lsa, vakolatli organ tekshiruv o'tkazishni rad etadi.

Agar demping marjasi eksport narxining ikki foizidan kamini tashkil etsa yoki demping narxlaridagi tovar importi hajmining yoki bunday importdan iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zararining yoxud jiddiy zarar yetkazilishi xavfining uncha katta emasligi qonun hujjatlariga muvofiq aniqlangan bo'lsa, antidemping bojlari qo'llanilishidan oldingi tekshiruv darhol tugatilishi kerak,

Agar subsidiya miqdori tovar qiymatining bir foizidan oshmasligi aniqlangan bo'lsa, kompensatsiya bojlari qo'llanilishidan oldingi tekshiruv darhol tugatilishi lozim.

VI. YAKUNLOVCHI QOIDALAR

27-modda. Axborotning maxfiyligi

Tekshiruv jarayonida vakolatli organga taqdim etiladigan maxfiy axborot uni taqdim etgan manfaatdor shaxsning yozma ruxsatnomasiz oshkor qilinmasligi kerak.

28-modda. Muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bojlarini bekor qilish

Agar muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bojlarini qo'llanish oqibatida iqtisodiyot tarmog'iga yetkazilayotgan jiddiy zarar yoki jiddiy zarar yetkazilishi xavfining bartaraf etilganligi aniqlangan bo'lsa, vakolatli organ ularni bekor qilish to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasiga taklif kiritadi.

29-modda. Nizolarni hal etish

Muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bojlarini qo'llanish sohasidagi nizolar qonun hujjatlarida belgilangan tartibda hal etiladi.

30-modda. Muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bojlari to'g'risidagi qonun hujjatlarini buzganlik uchun javobgarlik

Muhofaza choralari, antidemping va kompensatsiya bojlari to'g'risidagi qonun hujjatlarini buzganlikda aybdor shaxslar belgilangan tartibda javobgar bo'ladilar.

O'zbekiston Respublikasining Prezidenti I. KARIMOV

Toshkent sh.,
2003-yil 11-dekabr,
554-II-son

**Xususiyl tadbirkorlar huquqiy shaxs tashkil etmasdan shug'ullanishi
mumkin bo'lgan faoliyat turlari
RO'YXATI**

T/r	Faoliyat turining nomi
I.	Chakana savdo:
1.	Oziq-ovqat tovarlari bilan chakana savdo qilish (o'simlik moyi va alkogolli mahsulotlarni sotish bundan mustasno)
2.	Dehqon bozorlarida qishloq xo'jaligi mahsulotlarini chakana sotish
3.	Nooziq-ovqat tovarlarini chakana sotish (neft mahsulotlarining barcha turlarini, qimmatbaho metallar va qimmatbaho toshlardan yasalgan buyumlar yoxud bunday materiallar qo'llanilgan buyumlarni, kino va video mahsulotlarini, yangi import avtomobillar va farmatsevtika tovarlarini sotish bundan mustasno)
4.	Oziq-ovqat va nooziq-ovqat tovarlarini chakana sotish (turg'un shoxobchalarda aralash savdo qilish)
5.	Tovarlarini import qilish va chakana sotish
II.	Qonun hujjatlarida belgilangan ro'yxat bo'yicha xalq badiiy hunarmandchiligi va dekorativ-amaliy san'at buyumlarini tayyorlash.
III.	Maishiy xizmatlar, II bo'limda nazarda tutilganlaridan tashqari:
6.	Sartaroshlik xizmatlari, manikyur, pedikyur, kosmetolog xizmatlari va shunga o'xshash boshqa xizmatlar
7.	Kir yuvish, quruq va kimyoviy tozalashni tashkil etish hamda dazmollash xizmatlari
8.	Gilam va gilam buyumlarini ta'mirlash va tozalash
9.	Tikuv, mo'yna, charm va trikotaj buyumlarni, bosh kiyimlarini, to'qimachilik galantereyasidan tikilgan buyumlarni ta'mirlash va tikish, trikotaj buyumlarni to'qish
10.	Hayvonlar terilari, mo'yna, to'qimachilik, charm va boshqa buyumlarni oshlash va bo'yash
11.	Yakka buyurtmalar bo'yicha poyabzal tayyorlash va tikish, poyabzalni ta'mirlash, bo'yash va tozalash
12.	Attorlik buyumlarini tayyorlash va ta'mirlash

13.	Bijuteriya va jevablarni tayyorlash va ta'mirlash
14.	Kalitlar tayyorlash
15.	Metall va tunuka buyumlar tayyorlash va ta'mirlash
16.	Motam gulchambarlari, sun'iy ranglar, girlyand tayyorlash
17.	To'siqlar, haykallar, metallardan yasalgan gulchambarlarni tayyorlash va ta'mirlash
18.	Eshik, deraza va yog'ochdan boshqa buyumlar tayyorlash, mebeldan tashqari
19.	Inventarni (xo'jalik, sport, baliqchilik va hokazo inventar) ta'mirlash va tayyorlash
20.	Kesuvchi buyumlar va asboblarni charxlash
21.	Mebelni yig'ish va ta'mirlash
22.	Musiqqa asboblarini ta'mirlash va sozlash
23.	Yakka buyurtma bo'yicha qimmatbaho metallardan yasalgan zargarlik buyumlarini tozalash, shuningdek, zargarlik buyumlarini ta'mirlash
24.	Optika, soatlarni ta'mirlash va o'ymakorlik ishlari
25.	Radioelektron apparatlar, maishiy mashinalar, maishiy priborlar, ofis mashinalari va hisoblash texnikasini ta'mirlash, o'rnatish va ularga texnik xizmat ko'rsatish
26.	Transport vositalarini ta'mirlash va ularga texnik xizmat ko'rsatish, shu jumladan transport vositalariga texnik xizmat ko'rsatish xizmatlarining boshqa turlari (akustik tizimlar va qo'riqlash signallarini ta'mirlash va o'rnatish, yuvish, tekislash, kuzovga himoya va bezak qoplamalari qoplash, salonni tozalash va shunga o'xshash boshqa xizmatlar)
27.	Sanitariya-texnika xizmatlari va payvandlash ishlari
28.	Shisha va oynalarni qirqish, shishaga badiiy ishlov berish
29.	Binolarga oyna o'rnatish xizmatlari
30.	Jamoat hojatxonalari xizmatlari
31.	Hammom va sauna xizmatlari
32.	Turar joylarni yig'ishtirish xizmatlari
33.	Hovlilar va bog'larga qarash xizmatlari, shuningdek, ko'kalam-zorlashtirish ishlari
34.	Bog'lar, polizlar va dov-daraxtlarni zararkunandalar va kasalliklardan himoya qilish
35.	Videoga olish va fotosuratga olish xizmatlari
IV. Faoliyatning boshqa turlari:	

36.	Milliy shirinliklar, non-bulka va qandolatchilik buyumlari tayyorlash va sotish, shuningdek, uy sharoitlarida yoki mahalliy davlat hokimiyati organlarining qarori bilan ajratilgan maxsus joylarda o'rindiqlar tashkil etmasdan donalab sotiladigan taomlarning alohida turlarini tayyorlash
37.	O'lchov vositalari tayyorlash va ularni prokatga berish
38.	Qurilish, ta'mirlash va bezash bo'yicha alohida ishlarni bajarish (kapital qurilish, qurilish-montaj ishlari bo'yicha yuridik shaxslarga xizmat ko'rsatishdan tashqari)
39.	Repetitorlik xizmatlari
40.	Tarjima xizmatlari, tahrir xizmatlari
41.	Bolalarning o'yinchoq avtomatlari bilan bog'liq xizmatlar
42.	Axborotning kriptografik himoyasi vositalarini loyihalash, yaratish, ishlab chiqarish, sotish, ta'mirlash va ulardan foydalanish
43.	Dizayn bo'yicha xizmatlar (grafik, interer, mebel va hokazolar), shuningdek, chizmachilik-grafika ishlari
44.	Kompyuter dasturlarini ishlab chiqish xizmatlari, kompyuter o'yinlarini tashkil etish, shuningdek, kompyuter yordamida matnlarni terish va bosib chiqarish xizmatlari, nusxa olish va ko'paytirish bilan bog'liq xizmatlar
45.	Tashrif qog'ozlari va taklifnoma biletlarini tayyorlash va bosish
46.	Muqovalash ishlari
47.	Reklamani ishlab chiqish va joylashtirish
48.	Sug'urta agentlari tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar
49.	To'ylar, yubileylar va boshqa tantanalarda konsert xizmati ko'rsatish
50.	O'zbekiston Respublikasida va uning tashqarisida gastrol-konsert faoliyatini amalga oshirish
51.	Tantanalari marosimlarni tashkil etish xizmatlari (to'y, yubiley, tug'ilgan kun va hokazolar)
52.	Ko'ylak va kostyumlarni, shuningdek, ularga aksessuarlarni prokatga berish
53.	Ijtimoiy xizmatlar (bolalar, bemorlar va keksa kishilarga qarash xizmatlari)
54.	Jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish faoliyati (sheypping, aerobika, sport seksiyalari, salomatlik guruhlari), trenerlik xizmatlari
55.	To'garaklar tashkil etish va yuritish
56.	Tulumni shishirish xizmatlari (taksidermik ishlar)

57.	Tegirmonlarda donni maydalash (tozalash) xizmatlari
58.	Mol so'yish xizmatlari
59.	Uy hayvonlariga qarash xizmatlari
60.	Veterinariya faoliyati
61.	Yuklarni avtomobil transportida tashish
62.	Yo'lovchilar va yuklarni daryo transportida tashish
63.	O'simlik, hayvonlar va minerallardan tayyorlangan dorivor xomashyoni yetishtirish, yig'ishtirish, tayyorlash, qadoqlash va ulgurji sotish
64.	Gullar va dekorativ daraxtlar yetishtirish va sotish
65.	Akvarium baliqlari, dekorativ qushlar va boshqa hayvonlarni ko'paytirish va sotish
66.	Shisha idishlar va ikkilamchi xomashyoni qabul qilish xizmatlari (metall chiqindilardan tashqari)
67.	Rieltorlik faoliyati

KIRISH	3
I bob. Tadbirkorlik faoliyatining mazmuni	
1.1. Tadbirkorlik asoslari fanining predmeti va vazifalari	7
1.2. Tadbirkorlik qarorini qabul qilish jarayoni va tadbirkorlik hisob-kitoblar.....	18
1.3. Tadbirkorlik faoliyatining mohiyati va mazmuni	24
II bob. Tadbirkorlik faoliyatining asosiy shakllari va tasnifi	
2.1. Tadbirkorlik faoliyatining ikki asosiy shakli	30
2.2. Ishlab chiqarish tadbirkorlik faoliyatining shakllari	31
2.3. Vositachilik tadbirkorlik faoliyati va uning o'ziga xos xususiyatlari.....	32
2.4. Moliyaviy sohadagi tadbirkorlik faoliyati va uning asosiy ko'rinishlari.....	44
III bob. Tadbirkorlik faoliyati va biznesni amalga oshirish shart-sharoitlari (ishlab chiqarish omillari)	
3.1. Tadbirkorlik g'oyasi va uni tanlash	49
3.2. Tadbirkorlik g'oyasi, ishlab chiqarish texnologiyalari va tadbirkorlik kapitalini shakllantirish usullari	52
3.3. Xulq - atvor va fikrlashning tadbirkorlik turi	65
IV bob. Tadbirkorning tadbirkorlik g'oyalarini tanlash, tahlil qilish va amalga oshirish bo'yicha faoliyati	
4.1. G'oyalarini to'plash, tahlil qilish mazmuni va usullari.....	68
4.2. G'oyalarini tanlashga ta'sir etuvchi asosiy iqtisodiy va texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlar	70
4.3. Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish loyihalarini ishlab chiqish variantlari.....	71
V bob. Tadbirkorlik faoliyatining subyektlari	
5.1. Tadbirkorning shaxsiy sifatleri va uning sheriklar bilan munosabati	81
5.2. Tadbirkorlik faolligi jarayonida iste'molchining roli	85
5.3. Yollanma ishchi tadbirkorlik jarayonining qatnashchisi va uning mehnatiga haq to'lash	86
5.4. Davlat tadbirkorlik faolligining subyekti sifatida	96
VI bob. Tadbirkorlik faoliyatining obykti	
6.1. Tadbirkorlik faoliyatining obykti sifatida tovar va xizmatlar to'g'risida umumiy tushuncha	101

6.2. Tovarning bahosi	103
6.3. Tovar bahosi va ishlab chiqarish xarajatlari	104
6.4. Tadbirkorlik g'oyasi va tovarning hayotiy sikli to'g'risida umumiy tushuncha.....	108
6.5. Tadbirkorlikda marketing	113
VII bob. Tadbirkorlikda sherikchilik aloqalari shakllari va ularning tasnifi	
7.1. Loyihani amalga oshirish bo'yicha tadbirkorlik xatti-harakatlari	120
7.2. Bitim haqida tushuncha	121
7.3. Sheriklar hamkorligining asosiy yo'nalishlari	123
7.4. Ishlab chiqarish sohasidagi hamkorlik shakllari	123
7.5. Tovar ayirboshlash sohasidagi hamkorlik shakllari	149
7.6. Savdo sohasidagi bitimlarning shakllari	151
7.7. Moliyaviy munosabatlar sohasida hamkorlik shakllari	153
VIII bob. Tadbirkorlik faoliyatining tashkiliy huquqiy shakllari	
8.1. Korxonalar xo'jalik yurituvchi subyekt sifatida	158
8.2. Korxonaning tashkiliy huquqiy shaklini tanlash to'g'risidagi qabul qilinadigan qarorga ta'sir etuvchi omillar	161
8.3. Tadbirkorning maqomi	164
8.4. Yakka tadbirkorlik	168
8.5. Huquqiy shaxs to'g'risida tushuncha	171
8.6. Huquqiy shaxslar: tijorat va notijorat tashkilotlari	174
8.7. Ishlab chiqarish kooperativlari va unitar korxonalar	184
8.8. Korxonalarining mustaqil birlashish shakllari	185
IX bob. Tadbirkorlik shartnomasi	
9.1. Tadbirkorlik shartnomasi haqida umumiy tushuncha	189
9.2. Shartnomalarning tasniflanishi	193
9.3. Tadbirkorning shartnoma tuzishga tayyorgarligi	194
9.4. Oferta – shartnoma tuzishning bir shakli sifatida	199
9.5. Tadbirkor tomonidan shartnoma shartlarining shakllantirilishi xususiyatlari.....	201
X bob. Tadbirkorlik faoliyatida menejment va marketing	
10.1. Tadbirkorlik faoliyatida menejment va marketingning mohiyati	220
10.2. Marketingning umumiy konsepsiyasi va uni tadbirkorlikda qo'llash	223
10.3. Tadbirkor faoliyatida menejment	225

10.4. Umumiy menejment nazariyasida logistika konsepsiyasi	227
XI bob. Tadbirkorlikda korxonani ta'sis qilish	
11.1. Korxonani tashkil etishda maqsadlarni tanlash	231
11.2. Shaxsiy korxonani tashkil qilish	232
11.3. Yangi korxonani ta'sis qilishda qatnashish	239
11.4. Korxonani sotib olish	240
11.5. Sherikchilik ulushini sotib olish	244
11.6. Meros qilib olish	246
XII bob. Tadbirkorlik omadi haqida tushuncha	
12.1. Tadbirkorlik omadini tashkil etuvchilar	248
12.2. Tijorat axboroti alohida xususiyatga ega tovar sifatida	250
12.3. Zamonaviy tadbirkorga xos fazilatlar va xususiyatlar	253
12.4. Oilaviy tadbirkorlik - mustahkam oila poydevori	255
Foydalanilgan adabiyotlar	264
Ilovalar.....	270

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. Содержание предпринимательской деятельности	
1.1. Предмет и задачи курса «Основы предпринимательства».....	7
1.2. Процесс принятия предпринимательского решения и предпринимательские расчеты.....	18
1.3. Сущность и значение предпринимательской деятельности.....	24
Глава 2. Основные формы и классификация предпринимательской деятельности	
2.1. Два основных типа предпринимательской деятельности.....	30
2.2. Формы производственной предпринимательской деятельности.....	31
2.3. Посредническая предпринимательская деятельность и его специфические особенности.....	32
2.4. Предпринимательство в финансовой сфере и его основные разновидности.....	44
Глава 3. Условия осуществления предпринимательской деятельности и бизнеса (факторы производства)	
3.1. Предпринимательская идея и ее выбор.....	49
3.2. Предпринимательская идея, технология производства и способы формирования предпринимательского капитала....	52
3.3. Предпринимательский тип мышления и поведения.....	65
Глава 4. Деятельность предпринимателя по отбору, анализу и реализации предпринимательских идей	
4.1. Содержание и техника работы по накоплению и анализу идей.....	68
4.2. Основные экономические и технико-экономические показатели, влияющие на отбор идей.....	70
4.3. Варианты разработки проектов реализации предпринимательской идеи.....	71
Глава 5. Субъекты предпринимательской деятельности	
5.1. Личные качества и отношение предпринимателя с партнерами	81

5.2. Роль потребителя в процессе предпринимательской активности.....	85
5.3. Наемный работник как участник предпринимательского процесса и оплата его труда	86
5.4. Государство как субъект предпринимательской активности.....	96
Глава 6. Объект предпринимательской деятельности	
6.1. Общепонятие о товаре и услуге как объекте предпринимательской деятельности.....	101
6.2. Цена товара.....	103
6.3. Цена товара и издержки производства.....	104
6.4. Общее понятие о предпринимательской идее и жизненном цикле товара.....	108
6.5. Маркетинг в предпринимательстве.....	113
Глава 7. Возможные формы и классификация партнерских связей в предпринимательстве	
7.1. Схема предпринимательских действий по реализации проекта	120
7.2. Понятие о сделке.....	121
7.3. Основные направления сотрудничества партнеров.....	123
7.4. Формы сотрудничества в сфере производства.....	123
7.5. Формы сотрудничества в сфере товарообмена.....	149
7.6. Формы сделок в сфере торговли.....	151
7.7. Формы сотрудничества в сфере финансовых отношений.....	153
Глава 8. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности	
8.1. Предприятие как хозяйствующий субъект.....	158
8.2. Факторы, воздействующие на принятие решения о выборе организационно-правовой формы предприятия.....	161
8.3. Статус предпринимателя.....	164
8.4. Индивидуальное предпринимательство.....	168
8.5. Понятие о юридическом лице.....	171
8.6. Юридические лица: коммерческие и некоммерческие организации.....	174
8.7. Производственные кооперативы и унитарные предприятия.....	184
8.8. Формы объединений самостоятельных предпринимателей.....	185

Глава 9. Предпринимательский договор	
9.1. Общее понятие о предпринимательском договоре.....	189
9.2. Классификация договоров...	193
9.3. Подготовка предпринимателя к заключению договора..	194
9.4. Оферта как форма заключения договора.....	199
9.5. Особенности формулирования предпринимателем условий договора.....	201
Глава 10. Менеджмент и маркетинг в деятельности предпринимателя	
10.1. Сущность менеджмента и маркетинга в деятельности предпринимателя.....	220
10.2. Общая концепция маркетинга и ее приложение к предпринимательству.....	223
10.3. Менеджмент в деятельности предпринимателя.....	225
10.4. Концепция логистики в общей теории менеджмента...	227
Глава 11. Учреждение предприятия в предпринимательстве	
11.1. Выбор целей при учреждении предприятия.....	231
11.2. Учреждение собственного предприятия.....	232
11.3. Участие в соучреждении нового предприятия.....	239
11.4. Покупка предприятия.....	240
11.5. Выкуп партнерской доли.....	244
11.6. Наследование.....	246
Глава 12. Понятие о предпринимательском успехе	
12.1. Слагаемые предпринимательского успеха	248
12.2. Коммерческая информация как товар особого рода.....	250
12.3. Особенности и личные качества современного предпринимателя.....	253
12.4. Семейное предпринимательство – надежный фундамент семьи	255
Использованная литература.....	264
Приложения.....	270

**S.SALAYEV, N.FAYZULLAYEV, J.ATAYEV,
D.SAIDOV, M.GULMONOV**

TADBIRKORLIK ASOSLARI

Toshkent – «Fan va texnologiya» – 2012

Muharrir:	M.Hayitova
Tex. muharrir:	M. Xolmuhamedov
Musavvir:	H.G‘ulomov
Musahhih:	F.Ismoilova
Kompyuterda sahifalovchi:	N.Hasanova

**Nashr.lits. AIN№149, 14.08.09. Bosishga ruxsat etildi 24.07.2012.
Bichimi 60x84 ¹/₁₆. «Timez Uz» garniturasini. Ofset bosma usulida bosildi.
Shartli bosma tabog‘i 22,0. Nashriyot bosma tabog‘i 21,25.
Tiraji 500. Buyurtma №77.**

**«Fan va texnologiyalar Markazining bosmaxonasi» da chop etildi.
100066, Toshkent sh., Olmazor ko‘chasi, 171-yu.**