

**ТАДБИРКОРЛИКНИНГ
ИҚТИСОДИЙ ВА
ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИ**

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ АДЛИЯ ВАЗИРЛИГИ

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ЮРИДИК ИНСТИТУТИ

**ТАДБИРКОРЛИКНИНГ
ИҚТИСОДИЙ ВА ҲУҚУҚИЙ
АСОСЛАРИ**



ТОШКЕНТ - 2002

Муаллифлар: Аҳмедов Д.Қ. - и.ф.в. доцент
Бекнозов Н.У. — и.ф.н. профессор
Турғунов У. - и.ф.н. доцент
Қурбонов С. - и.ф.н.
Мансуров С. - и.ф.н. доцент
Алимов П. - и.ф.н. доцент
Шодмонов Э. - ўқитувчи

Ушбу ўқув қўлланмада тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий ва ривожлантиришдаги аҳамияти, асосий ташкилий шакллари, тамойиллари, фаолият йўналиши бўйича имкониятларни аниқлаш, тадбиркорлик фаолияти ва турли шаклдаги корхоналарни ташкилий-ҳуқуқий расмийлаштириш, молия-кредит муносабатлари, бухгалтерлик ҳисоб-китоб ишлари ва меҳнатга ҳақ тўлашни ташкил этиш, бизнес-режа ишлаб чиқиш, хўжалик алоқалари ва шартномалар тузишни ташкил этиш, нарх сиёати, банкротлик ҳолатига тушиш сабаблари ва унга қарши чора-тадбирлар, солиқ тизими, солиқ ставкалари каби масалалар ёритиб берилган. Шунингдек, корхона фаолиятини иқтисодий ташкил этиш, давлат томонидан тадбиркорликни ривожлантириш тадбирлари йўналишлари масалалари, Ўзбекистон Республикаси Ҳукуматининг шу соҳадаги жорий этган тартиб, қоидалари, сиёсатнинг моҳияти ва аҳамияти нуқтаи назаридан келиб чиққан ҳолда баён этилган.

Ўқув қўлланма олий ва ўрта махсус, касб-хунар, ўқув юрлари талабалари, шунингдек, тадбиркорлик муаммолари билан қизиқувчи кишилар, мутахассислар учун мўлжалланган.

Нашр учун масъул муҳаррир У.Турғунов, Н.Бекнозов.

*Тақризчилар: и.ф.д. профессор Ш.Ш.Шодмонов
и.ф.д. профессор А.М.Қодиров
ю.ф.н. доцент Х.Азизов*

© Тошкент Давлат Юридик институти нашриёти, 2002 й.

Мамлакатимизда ижтимоий ишлаб чиқаришнинг бозор иқтисодиётига асосланган хўжалик юритиш усули шаклланаётган экан, унинг энг асосий шартларидан бири тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришдир. Ўзбекистон Республикаси Президентини И.А.Каримов Олий Мажлисининг саккизинчи сессиясида сўзлаган нутқида шундай деб таъкидлади: "... кичик ва ўрта бизнесга, ишбилармонлик ва тадбиркорлик соҳаларига янада эркинлик ва имтиёзлар бериш, улар учун барча зарур имкониятларни яратиш ва рағбатлантириш, бир сўз билан айтганда, бу тармоқларни уларнинг қўл-оёғини боғлаб турган занжир ва арқонлардан халос этиш - бу масалалар устида қонунчилик соҳаси ва амалиётимизда бошлаган ишларимизни давом эттириш ва чуқурлаштириш лозимлиги ҳаммамизга аён бўлиши керак".¹ Чунки, бозор шароитида, эркин тадбиркорлик фаолияти учун етарли шарт-шароитни таъминлаб берган юртинга иқтисодий жиҳатдан тараққий топади ва ривожланади.

Бозор иқтисодиёти хўжалиги механизми ҳолатида мураккаб, бир-бирига ўзаро боғланган, серқирра иқтисодий муносабатлардан иборат қурилмадир. Бундай шароитда иқтисодиётнинг бирор соҳасида тадбиркорлик фаолияти билан шугулланиш кишидан маълум билим, илмга эга бўлишни талаб этади.

Ривожланган, маърифатли, демократик давлат ва жамият барпо этишга киришган бизнинг мамлакатимизда, тадбиркорликни ривожлантириш шартларидан бир тадбиркорликка оид муносабатларда иштирок этувчи кишилар иқтисодий билими, тафакқури, дунёқарашини унга мос йўналишда шакллантириш ва тарбиялашдан иборатдир.

Зеро, юқори малакали, етук мутахассис бўлиб етиштиш учун талабаларга ўз ихтисосликлари бўйича махсус фанлардан ташқари уларга тадбиркорликни ташкил этиш сяр-асрорлари, қоида-тартиблари, иш юритиш усулларида ҳам етарли билим, малака олишга имконият бериш ҳозирги кундаги ўқув юрларининг энг долзарб вазибаларидандир.

Талабалар ушбу ўқув қўлланма асосида машғулотлар ўтар эканлар улар ўзларини жонажон Ватанимизнинг порлоқ келажаги, эртанги кунда ривожланган мамлакатлар қаторига қўшилишига масъул кишилар сифатида масъулиятни ҳис этиб борадилар, деб умид қиламиз.

Ўқув қўлланма, ушбу соҳада ўзбек тилида чоп этилган адабиётларнинг тақчиллигини ҳисобга олиб, юртимизда ва бошқа хориж мамлакатларида яратилган шу масалага оид турли қўлланма ва адабиётларни чуқур ўрганган ва кенг фойдаланган ҳолда тайёрланган

¹ И.Каримов "Янгилиниш ва ўзгаришлар жараёни ортага қайтмайди" (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг саккизинчи сессиясида сўзлаган нутқи). "Халқ сўзи", 2002 й. 5 апрел. №73

бўлиб, баъзи камчиликлардан ҳоли эмасдир. Лекин унинг яратилиши мамлакатимиз таълим соҳасида аҳамиятга молик воқеа деб қаралишини истардик.

Ушбу китоб нафақат талабаларга, балки ўз билими, тажрибасини жамият тараққиётига хисса қўшиш учун бирон хўжалик фаолияти билан шуғулланмоқчи бўлиб юрганлар учун ҳам яхши қўлланма бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Тошкент Давлат Юридик институтининг
ректори ю.ф.д. профессор М.Х.Рустамбоев

I МАВЗУ. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ МОҲИЯТИ ВА ТАШКИЛИЙ-ҲУҚУҚИЙ ШАКЛЛАРИ

1.1. Тадбиркорлик фаолиятининг моҳияти ва иқтисодиёт учун аҳамияти

Бозор иқтисодиётига асосланган ҳўжалик юритиш шароитида тадбиркорлик иқтисодиётни ҳаракатлантирувчи куч ҳисобланади. Қайсики мамлакатда тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш ва ривожлантириш учун керакли ҳуқуқий ва ташкилий шароитлар яратилган бўлса, шу ерда иқтисодиёт тараққий топиши, ривожланиши учун асос яратилган бўлади.

“Тадбиркор” деганда даромад оляш мақсадида, масъулиятни зиммасига олган ҳолда, жамиятга фойда келтирувчи бирон-бир иқтисодий фаолият билан шуғулланадиган шахс тушунилади. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик тўғрисида”ги қонунида шундай таъриф берилади: - “Тадбиркорлик-мулкчилик субъектларининг фойда олиш мақсадида таваккал қилиб ва мулкий жавобгарлиги асосида амалдаги қонулар доирасида ташаббус билан иқтисодий фаолият кўрсатишдир”.

Ижтимоий-иқтисодий ҳолиса сифатида тадбиркорлик кенг ижтимоий-иқтисодий муносабатларни ўз ичига олади ва бунда ҳуқуқий, руҳий ва тарихий томонлар мавжуд. XVI асрда капитализмнинг шаклланишидан бошлаб тадбиркорлик фаолиятига диққат эътибор кучайди ва иқтисодчилар, руҳшунослар, сибсатчилар буни ўрганиш учун ҳаракат қила бошладилар. Булардан Ш.Б.Сэй, А.Маршалл, В.Зомбарт, Й.Шумпетер, Ф.Найт кабиларни тилга олиш мумкин.

Дастлабки даврларда “тадбиркор” кўпинча “мулкдор” ибораси билан бир хил тушунилган. Кейинчалик реал ҳўжалик ҳаётида қатнашувчи капиталнинг мулкдор капиталдан ажралиб чиқиши натижасида “тадбиркорлик” тушунчаси “мулкдор” тушунчасига тўғри келмай қолади.

Иқтисодиёт фанида тадбиркорлик ҳақидаги тушунчалар XVIII асрда Р.Кантильон, А.Тюрго, Ф.Кене, А.Смид, Ж.Б.Сэй асарларида талқин қилина бошланди. Бу даврда тадбиркорлик фаолияти тўғрисидаги иқтисодий, ташкилий ва руҳий тавсифлари эклектик (турли-туман қарашлар) мазмундан иборат ҳар хил тасаввурлар мавжуд бўлган.

Тадбиркорлик фаолиятига доир муҳим жиҳатларнинг тарихан ўзгарувчанлиги билан бирга у янги-янги тушунча ва маънолар билан бойитилиб бормоқда.

Тадбиркорликнинг энг илк босқичларида унинг муҳим аломати бирон-бир шахс-тадбиркор фаолиятининг фойдали ёки зарарлигини белгиловчи ҳисобланган. Кейинчалик тадбиркорнинг ижтимоий-иқтисодий вазифаси кенгайиб турли бозорларда талаб билан таклифнинг мувозанатини тиклашга доир таваккалчилик фаолиятдан иборат деб тан олинди.

Бозор иқтисодиёти чуқур илдиэ отиб бориши натижасида "сармоя эгаси" ва "тадбиркор" тушунчалари бир-биридан фарқлана борди.

Тадбиркор сармоясини муомалага қўяди, кўпайиб боришини таъминлайди. Шунингдек у венчур сармоядорларни жалб қилади. Тадбиркор ўз сармоялари билан бирга жалб қилинган молиявий маблағларни ишбилармонлик билан тасарруф этувчи шахс сифатида иш юритади ва олдига қўйган мақсадга эришиш учун ўз ғоялари, билими, кўникмаларини тадбиқ этиб, кўп фойда олиш мақсадида ихтиёрида бўлган маблағларни таваккал ишларга сарфлайди.

Р.Кантильон ва ундан кейинги неоклассик мактаб вакиллари ўз асарларида таваккалчилик асосида рақобатлашиб, савдо фаолияти билан шуғулланувчи корхона эгасини "тадбиркор" деб ҳисоблайдилар.

Тадбиркорнинг олган фойдаси "таваккалчилик учун тўлов" деб қаралган. "Бу фойданинг бўнак (аванс) қўйилган сармоядан келадиган фойда ва иш ҳақидан тафовути ҳам ана шунда" деб талқин этганлар.

И.фон Тюнен тадбиркорликда таваккалчилик билан инновация фаолиятига доир вазифаларни бирлаштиришга доир фикрни билдиради. У "тадбиркорлик фойдаси таваккалчиликдан ва янгиликлар қўллаб иқтисодий самарадорликка эришиш натижасида оладиган даромаддан ташкил топади" деган фикрни билдиради.

Жан Батист Сэй эса тадбиркорни "воситачи, ишлаб чиқариш омилларининг координатори, тажриба ва билим эгаси" деб таърифлайди. "Унинг даромад миқдори тадбиркорлик қобилиятининг баҳоси" дейди. В.Зомбарт эса "тадбиркорликдаги таваккалчилик фақат сановат, савдогагина бўлмай, бошқа соҳаларга ҳам ҳоэ" -деб, уларни қароқчи ва талончилар билан тенглаштиради. Й.Шумпетерни олсак, у тадбиркорликнинг бош муҳим томонини:

- 1) истеъмолчиларга номаълум янги товарлар ишлаб чиқаришни;
- 2) ишлаб чиқаришнинг давомийлиги ва мавжуд товарлар тижорийлигини таъминлашни;
- 3) янги товарларни ўзлаштиришни;
- 4) хом ашёларни ишлатишни;
- 5) гармоқни такомиллаштиришни кўрсатиб беради.

У "Тадбиркор мулкдор бўлиши шарт эмас, у ёлланувчи бўлиши ҳам мумкин. Тадбиркор - янги комбинацияларни амалга оширувчи шахсдир" -деб таъкидлайди. Баъзи адабиётларда "бизнес" ва "тадбиркорлик" тушунчалари айри ҳолда кўрсатилиб, тадбиркорликка ишлаб чиқариш соҳасидаги, бизнесга эса ишлаб чиқаришдан бошқа соҳалардаги иқтисодий фаолият сифатида изоҳ берилади.

"Бизнес" ва "тадбиркорлик" тушунчаларининг моҳияти бир хил. Бу сўз инглизчадан олинган бўлиб, *бизнес*-"иш", *мен*-"одам" деган маънони англатади. Бизнес-тадбиркорлик иқтисодий категория бўлиб, у хўжалик юритиш усули, иқтисодий фаолият туридир. Тадбиркорлик субъектлари турличадир: улар-якка хусусий тадбиркорлар, жисмоний шахслар, корхоналар, ташкилотлар, улар номидан иш юритувчи юридик шахслар, ҳиссадорлик жамиятлари, жамоалари, шунингдек давлат корхоналарини тадбиркорлик асосида фаолият юритаётган бўлса

субъекти бўлиши мумкин. Аммо давлатнинг тадбиркорлигининг тартиби ва унга амал қилиниши назорати билан шугулланувчи ташкилотлари; ходимлари тадбиркорлик субъекти бўла олмайди. Чунки даромад олиш учун сармоядан фойдаланиш имкониятига эга бўлганлар тадбиркорликнинг реал субъекти бўла оладилар.

“Тадбиркорлик объекти” деганда, аввало маълум фаолиятни тушунамиз. Тадбиркорлик фаолиятида яратилган товарлар ва кўрсатилган хизматлар, ундан олинган даромадлар моддийлашади.

Тадбиркорлик фаолияти - бозор иқтисодиётининг алоҳида бўғинларида, такрор ишлаб чиқариш борасида хизмат кўрсатувчи ташкилий, иқтисодий, маънавий, ҳуқуқий ва бошқа хўжалик муносабатларининг мажмуидир. Шу сабабли тадбиркорлик-бозор хўжалигининг ривожланишини таъминловчи воситадир. Лекин тадбиркорлик жамиятда ўз-ўзидан юзага келмайди. Ривожланган мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатадики, тадбиркорлик фаолияти яхши ҳуқуқий база мавжуд бўлган тақдирда ҳам етарли ташкилий ва иқтисодий шароитлар мавжуд бўлмаса, ривож топмайди.

Демак, тадбиркорлик билан иқтисодий тараққиёт ҳаминша бирига боғлиқ ҳолда ёнма-ён боради. Тадбиркорлик доимо маълум йўналишда ташкил топиб аниқ шаклларда ифодаланади, лекин хўжалик юритиш усули сифатида бир неча умумий хусусиятларга эга. Жумладан, хўжалик субъектларининг мустақиллиги, иқтисодий манфаатдорлик, хўжалик юртишининг доимий хатарлилиги ва жавобгарлиги. Шунингдек, тадбиркорлик аввало новаторлик билан белгиланади, чунки у доимо иқтисодий фаолиятда янгиликларни ахтариш, уларни амалга ошириш, фаолият самарадорлигини кўтариш учун ҳаракатда бўлиши лозим.

Тадбиркорликдаги мустақиллик, аввало, эркин ҳолда мустақил равишда бир қарорга келиш имкониятини беради; бу қарор эса бозор механизми ҳаракатини таъминлайди. Айтайлик, маълум сармоёга эга ва истаги бор шахс бизнестга киришиши, ўзининг тижорат иштини ёки ишлаб чиқаришни ташкил этиши мумкин. Чунки ишлаб чиқариш ресурслари, яъни ишлаб чиқариш воситалари ва иш кучини бозордан сотиб олиши мумкин. Нима ишлаб чиқариш, қанча ишлаб чиқариш, кимга сотиш, қанчага сотиш қабилар эркин тарзда, бозор ҳолатини ўрганган ҳолда тадбиркор томонидан ҳал этилади. Лекин ҳар бир тадбиркор ҳеч қачон бутунлай алоҳида, яқка бўлмайди. Тўғри, тадбиркор юқоридан хўжайинлик қилинишидан, нима қилиш, қандай ишлашни белгилаб беришдан озод бўлади, аммо бозордан ва унинг қаттиқ талабларидан, механизмлари таъсиридан ҳоли бўла олмайди. Зеро, бозор иқтисодиётига асосланган хўжалик юритиш шакли кўпчилик фаолиятининг нагжларидир.

1.2. Тадбиркорлик фаолиятининг ҳуқуқ-мажбуриятлари ва вазифалари

Бозор иқтисодиётига ўтиш жараёнида тадбиркорликни ривожлантириш учун зарур ҳуқуқий муҳитни яратиш муҳим аҳамият

касб этади. Маълумки, тадбиркорлик ҳар хил ижтимоий меъёрлар таъсирида бўлиб, уларнинг ичида ҳуқуқий нормалар, ишдаги саранжомлик, ишбилармонлик, одоб-ахлоқ қоидалари етакчи ўринларда туради.

Тадбиркорликнинг ҳуқуқий асослари Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси, Фуқаролик ва Хўжалик процессуал кодекслари, амалдаги қонунлар, Олий Мажлис қарорлари, Президент фармонлари, Вазирлар Маҳкамасининг қарорларидан тортиб, токи вазирликлар идораларнинг ҳуқуқий ҳужжатларида белгилаб берилган.

Тадбиркорлик билан шуғулланмоқчи бўлган ҳар шахс ўз ташаббуси бўйича, ўз ихтиёри билан, бегона шахснинг таъйиқисиз ёки кўрсатмасисиз фаолият турини танлайди. Фаолиятини амалга ошириш вазифалари усули ва услубларини мустақил равишда ўзи белгилаб олади.

Тадбиркорлик-бозор иқтисодиётига хос махсус фаолият. Тадбиркор фойда олиш мақсадида маҳсулот ишлаб чиқаради ёки хизмат кўрсатади.

Тадбиркор -ўз тасарруфида ишлатиш ёки ўзга мулкдан фойдаланиб, товар ишлаб чиқарувчи ёки хизмат кўрсатиш йўли билан пул топувчи шахс.

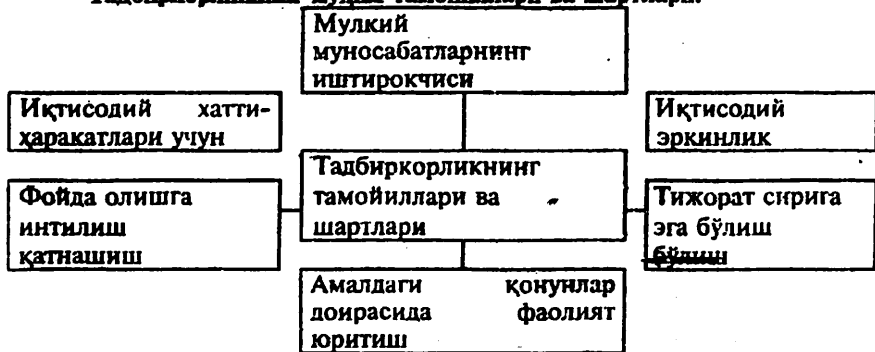
Мулкни ижарага берувчилар, пулини омонат банкка қўйиб фоиз олувчилар, қарзга пул бериб фоиз олиб сўдхўрлик қилувчилар, тадбиркор эмас. Бундай ҳолатлар тадбиркорликка кирмайди. Тадбиркорлик машаққатли иш бўлиб ҳамманинг қўлидан келавермайди.

Тадбиркорлик билан шуғулланувчи кишининг албатта тайёргарлиги бўлмоғи лозим. Тадбиркорликка қизиққан истеъдодли кишилар аҳоли ичидан қўлаб топилади. Бизнес-жозибадор. У ўз гирдобига қўлаб кишиларни тортади..

Тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчилар қуйидаги тамойил ва шартларга кўра иш кўришлари керак бўлади (1-схема).

(1-схема).

Тадбиркорликнинг муҳим тамойиллари ва шартлари.



Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик тўғрисида”ги Қонунда тадбиркорлик тузилмалари, уларнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклларида қатъий назар, қуйидаги ҳуқуқ мажбуриятлари кўрсатиб берилган. Қонунга асосан ҳар қандай тадбиркорлик субъекти қуйидаги ҳуқуқларга эга:

-мамлакат қонунлари, Олий Мажлис қарорлари ва давлат бошқарув органлари ҳужжатлари билан ман этилмаган ҳар қандай ҳўжалик фаолияти балан шуғулланиш;

-қонунга зид бўлмаган ҳар қандай корхона ёки ташкилот ташкил этиш;

-тадбиркорлик фаолиятини олиб бориш учун, шартнома асосида бегона фуқароларнинг, корхоналарнинг, ташкилотларнинг, шу жумладан, хорижий юридик ва жисмоний шахсларнинг мулкани, пул воситаларини ва баъзи мулкка бўлган ҳуқуқларни жалб этиш;

-қонуний йўл билан қўлга киритилган мулкни жалб қилган ҳолда бегона ҳўжалик субъектларининг фаолиятида иштирок этиш;

-республикадаги жорий қонунлар ва тузилган шартномалар асосида ўзининг ҳўжалик дастурини мустақил шакллантириш;

-ўз маҳсулоти ва хизмати учун истеъмолчи ва таъминотчини мустақил танлаш;

-яратган товарига ва кўрсатадиган хизматига тариф ва нархларни мустақил белгилаш;

-ёлланма ишчиларни амалдаги қонун ва меҳнат шартномаси асосида ишга қабул қилиш ва ишдан бўшагиш;

-ёлланган ишчилар учун иш ҳақи ва бошқа даромад турлари, шакллари, таркиби ва миқдорини белгилаш;

-ўзининг пул воситаларини сақлаш ва барча турдаги ҳисоб-китоб, кредит операцияларини бажариш учун банкларда ҳисоб рақамларини очиш;

-ишбилармонлик фаолиятидан келган даромаднинг солиқлар ва бошқа мажбурий тўловлар тўлаганидан қолган қисмини ўз ҳўжиши бўйича ишлатиш;

-чекланмаган миқдорда ҳар қандай шахсий даромад олиш;

-давлат таъминоти ва ижтимоий сўғурта тизимидан фойдаланиш;

-судда, арбитражда ва ҳўжалик судида даъвогар ва жавобгар бўлиш;

-хорижий валюта сотиб олиш ва жорий қонунлар асосида ташқи иқтисодий фаолиятни мустақил амалга ошириш.

Тадбиркорларнинг мажбуриятлари қуйидагилардан иборат:

-амалдаги қонун ва тузилган шартномадан келиб чиқадиган барча мажбуриятларни бажариш;

-ишга ёлланган кишиларга ўз манфаатларини ҳимоя қилиш учун касаба уюшмаларига бирлашишларига тўсқинлик қилиш мумкин эмас;

-Республика ҳукумати томонидан белгиланган малакавий даражасини, минимал иш ҳақи миқдорини ва бошқа ижтимоий-

иқтисодий рафолатларни ишловчиларга нисбатан инобатга олган ҳолда иш юритиш;

-Республика қонунларида кўрсатилган усул ва белгиланган миқдорда давлат ижтимоий суғурта фондига ёлланиб ишлаётган шахслар учун суғурта ажратмаларини тўлаб бориш;

-амалдаги қонун ва йўриқномалар асосида атроф-муҳит (экология) хавфсизлиги, ишлаб чиқариш санитария гигиенаси ва маданиятини юксалтириш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш;

-ўзининг молиявий аҳволидан қатъий назар, шартнома асосида ишга жалб этилган барча ишчи-хизматчилар билан бир вақтда ҳисоб-китоб қилиш;

-истеъмолчиларнинг ҳуқуқ ва қонуний манфаатларига амал қилиш;

-мамлакат қонунларга биноан лицензияланиши (махсус рухсат олиниши) кўрсатилган фаолият турларига белгиланган тартибда махсус рухсатнома (лицензия) олиш;

-давлат белгиланган барча солиқ ва тўловларни ўз вақтида тўлаш.

Қонунга кўра қуйидаги шахсларга тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиш тақиқланади:

-давлат, ҳокимият, бошқарув ташкилоти ходимлари;

-ҳуқуқни муҳофаза қилиш органи ходимлари;

-давлат банки раҳбар ходимлари;

-пул белгиларини муомалага чиқаришга бевосита алоқаси бўлган мансабдор шахслар;

-давлат корхоналари, ташкилотлари ва муассасалари раҳбарлари ва банк ҳужжатига имзо қўйиш ҳуқуқига эга бўлган ходимлари.

Тадбиркорлик ҳам, тадбиркорларга ишга ёлланиш ҳам мутлақо қўнгилли, ихтиёрий бўлиши шарт. Чунки бизнес билан шуғулланиш машаққатлидир. Бизнес гирдобига кириб боришдан олдин унинг машаққатли меҳнат эканини аниқ тасаввур қилиш керак. Тадбиркор, биринчидан, бозор аҳволига қараб қайси товарни қандай ишлаб чиқаришни, товарни қачон ва неча пулга сотиши ёки сотмаслигини, хуллас, ҳар қандай иқтисодий фаолиятни ҳеч бир тазйиқсиз, ўз ҳоҳишига қараб амалга оширади. Иккинчидан, бир нечта ёлланма ишчиларни ишга ёлласа, уларнинг меҳнати қонун билан ҳимояланган бўлиб, улар қонунда белгиланган соатдан ортиқча ишлатилмайди. Акс ҳолда уларга қўшимча ҳақ тўланади. Тадбиркорлар ўз иш куни соатини ўзи белгилайди. Ўз ҳоҳишига қараб эрта тонгдан кун ботгунча ишлайвериши мумкин.

Тадбиркор ўз фаолиятидан олган фойдаси тўғрисида давлат солиқ инспекциясига декларация орқали ҳисобот беради. Бу ерда тадбиркор ҳалоллик билан иш юритиши зарур. Тажрибалар шуни кўрсатдики, айрим тадбиркорлар олган даромадларининг бир қисми тўғрисидаги маълумотни декларацияга киритмасликка ҳаракат қилади. Солиқ инспекцияси даромад манбаларини текшириб, уларни ҳисобга олишга

ҳаракат қилади. Беркитилган даромад учун тадбиркорга жарима солинади. Тадбиркорликнинг табиатига қаллоблик, фирромлик ва алдамчилик зид. Шу сабабли бизнес оламида эъзоэланувчи касблардан бири-юрист аллиячидир. Тадбиркорлик фаолиятига шўнгиған тадбиркор тадбиркорлик тамойилларига риоя қилиши шарт. Тадбиркор ўз қорхонасида ишлаб чиқарган товарлари сифати жиҳатидан мавжуд қонунлар асосида истеъмолчиларнинг товар сифатига бўлган талабларини қондириши ва товар сифатини кафолатлаши шарт. “Давлат истеъмолчиларнинг товар (иш, хизмат) сотиб олиш ва ундан фойдаланиш чоғида ўз ҳуқуқларини қонун билан ҳимоя қилинишини кафолатлайди”². Демак, давлат истеъмолчиларнинг манфаатларини кўзлаб қонун ижросини назораг қилади. Шунинг учун ҳар бир иш бошловчи тадбиркор малакали юрист билан ҳамкорлик қилиб иш бошласа, ютқизмайди. Чунки қонунни бузиб бўлмайди. Ҳар бир тадбиркор ўз йўли билан бизнес оламига кириб боради. Тадбиркорлик билан шуғулланиш ғояси кўпгина кишиларда мавжуд. Шу ғояга асосан кишида қатъийлик бўлиши керак; чунки қийинчиликлар бўлиши мумкин. Тадбиркорликни бошлаш матонат талаб қилади. Албатта, ўз вазифасини бошлаётган тадбиркор юрист билан, ўзига яқин банк билан, фаолият юритмоқчи бўлган соҳа мутахассиси билан шартнома тузмоғи керак.

Тадбиркорликнинг энг муҳим томони-ўз миҳозларининг буюртмасини ўз вақтида бажаришдир. Тадбиркор албатта харидор буюртмасининг узлуксизлигини таъминлаши ва ўз вақтида буюртмани бажариб бериши даркор. Бу ҳолат тадбиркор ва харидор учун фойдалидир. Чунки ўз вақтида бажарилмаган буюртмадан тадбиркор шартнома бўйича жарима тўлайди ва доимий харидоридан ажралиб қолади, ёмон отлиққа чиқиб қолади. Бизнесда “нуфуз” (имидж) деган тушунча бор. Нуфузнинг моҳияти- истеъмолчилар орасида, тадбиркорлар доирасида фирма тўғрисида яхши тасаввурда обрў-этиборли бўлишдир. Тадбиркор ўз номини авайлаб ана шу имиджни сақлаб қолиши, фирма номини янада юқорироқ кўтариб, унга доғ туширмаслиги ғоят муҳим вазифадир.

Ижтимоийлашган бозор иқтисодиётига ўтишда тадбиркор-ликда умуминсоний фазилатлар муҳим аҳамият касб этади. Маданийлашган тадбиркорликда кишиларни росттўйликка, бировнинг ҳақиға хиёнат қилмасликка ўргатиб боришни, уларнинг турмуш тарзига синдириб бориш зарур. Чунки инсон зиддиятли мавжудот бўлганлиги сабабли ҳулқ-атворидаги салбий томонларини йўқотишда ташқи муҳитнинг таъсири кучли бўлади.

² “Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”.

Ўзбекистон Республикаси қонуни

Тадбиркорлик билан шуғулланувчи кишилар умуминсоний фазилатлари билан бир қаторда тадбиркорликнинг ўзига хос бўлган куйидаги фазилатларга ҳам эга бўлишлари лозим:

1. Ташаббускорлик ва имкониятларни излаш. Тадбиркорлик- ҳар доим бозор иқтисодиётидаги вазиятни ҳисобга олиб, юз бераётган ўзгаришларга қараб иш юритиш демакдир.

2. Катъиятлилик ва тиришқоқлик. Тадбиркорлик машаққатли иш бўлганлиги учун тадбиркор маълум қийинчиликларга дуч келади. Бундан тадбиркор асло чўчимаслиги керак. Бошлаган ишни охиригача етказиш, тиришқоқлик билан бозор талабидаги ўзгаришларга қараб ўз фаолиятини мослаштириб бориш зарур.

3. Таваккалчиликка доим тайёр туриш. Бизнес билан шуғулланувчи киши таваккал билан “ё устидан, ё остидан” деган қабилда иш юритади. Лекин тадбиркорликда бундай бўлмайди. Агар тадбиркор “меъёр”ни топа билса, чув тушиб қолмайди.

4. Самарадорликни ва сифатни ўз олдига максал қилиб қўйиш. Рақобатли бозорда ишлаб чиқилаётган товарлар сифатига алоҳида эътибор берилади. Сифатли товар ишлаб чиқариш самарадорликни орттиради. Бу тўйинган бозорга хос хусусиятидир. Тўйинмаган оч бозорда тадбиркорлар ишлаб чиқилаётган товарлар сифатига унчалик аҳамият бермайди. Корхона имиджини яхши сақлаб, уни ҳам юқори кўтаришга интилган тадбиркорлар доимо сифатсиз маҳсулот ишлаб чиқаришдан тийилишлари лозим.

5. Масъулиятни ўз зиммасига олиш. “Пулни пул олиб келади” қабилда иш юритган тадбиркор мустақил ҳаракат қилиш масъулиятини ўз зиммасига олади, топган фойда-зарарига ўзи жавоб беради.

6. Мақсадни аниқ қўйиш ва уни бажаришга интилиш. Тадбиркор учун бу фазилатнинг аҳамияти катта. Мақсадни аниқ қўйиш-тадбиркорнинг стратегик режаси бўлиб, бундан кейинги хатти-ҳаракатларидаги хатоларни кескин камайтиради. Бозордаги ўзгаришлар, истеъмолчилардаги руҳий ўзгаришлар қай даражада ўзгариб боришини кузатиб, тадбиркор ўз олдига қўйган мақсадига ҳам ўзгартиришлар киритиб борса, қўзланган режани бажаришга ёрдам беради.

7. Максимал даражада ахборотга эга бўлиш. Бозор иқтисодиёти шароитда ахборотнинг аҳамияти ниҳоятда катта. Тадбиркор бозор конъюктурасини, мувозанатини (бозордаги талаб билан таклиф) харидорлар, рақобатчилар ҳақида маълумотга эга бўлиш ҳар бир тадбиркорнинг кундалик диққат марказида бўлиши шарт. Акс ҳолда рақибни ўзиб кетиши мумкин.

Маълумот ва ахборотга эга бўлган тадбиркорлар бозордаги ўзгарган вазиятдан хабардор бўлиб унга жавобан самарали чораларни ўз вақтида қўллаш имкониятини беради. Кечикдимми, унда рақобатнинг таъсири кучайди.

8. Мунтазам равишда режалаштириш ҳамда кузатув (назорат). Тадбиркор ўз ҳаракат фаолиятини режалаштириши шарт.

Режалаштирилган ишларнинг бажарилиш натижасини назорат қилиб бориши, хатолар қилмаслик, хатога йўл қўйилса, уларни ўз вақтида тузатиб бориш, фойданинг маълум қисмидан кечиб, ишлаб чиқарилаётган товарлар сифатини яхшилашга интилиш зарур.

9. Ўзгача билан муомала ва алоқа ўрнатилиш қобилияти. Тадбиркор учун бу фазилат жуда ҳам муҳимдир. Ҳар доим узлуксиз мулоқотда бўлиш, одамларга таъсир ўтказиш ўз тарафдорларини кўпайтирган тадбиркорнинг ютуғидир; фойда олишда улардан фойдаланиши керак. Тадбиркорликда шахсий муносабатлар-ютуқлар гаровидир.

10. Мустақиллик ва ўз кучига ишонич. Ҳар бир тадбиркор ўзига ишониб, қўл остига тўпланган капиталини мустақил самараси юқори бўлган соҳага йўналтироғи керак. Тадбиркорлик учун сарфланаётган капитал қанчалик кўпайиб борса, тадбиркор шахснинг ўз мулки тақдири учун масъулияти ҳам шунчалик ортиб боради. Шу сабабли тадбиркор бозорда фаол ҳаракат қилиши учун ўз кучига ишончи бўлиши, кўмакдош бўлган юрист ва мутахассиснинг фикр-мулоҳазаларидан ҳам фойдаланиб, мустақил қарор қабул қилмоғи керак.

Маданийлашган бозор иқтисодиётининг таянчи-тадбиркорликдир. Чунки у бозорга зарур бўлган товарлар ва хизматларни узлуксиз етказиб беради, бозорнинг талабини қондиради.

Товар ишлаб чиқарувчилар мустақил равишда, бозор конъюктурасига, ўз имкониятларига қараб ишлаб чиқаришнинг тузилиши ва ҳажминини белгилаши, ҳўжалик юритиш шакли ва усулларини такомиллаштириши лозим. Турли хил мулк шаклларига асосланган тадбиркорликда товар эгаси мулкдор сифатида харидор билан бозорда учрашади ва нарх хусусида келишадилар.

Пул талаби ва бозор рақобати ишлаб чиқарувчинини жамиятта керакли нарсани яратиб беришда буйруқлар ва қарорларга қараганда анча яхшироқ мажбур қилади.

Ишлаб чиқариш омилларига (шу жумладан иш кучига ҳам) эга бўлиш ҳуқуқи уларни эркин тасарруф қилиш ҳуқуқини ҳам ўз ичига олади. Ишлаб чиқариш воситалари, иш кучи, ахборот бозорлари - ривожланган бозор ҳўжалигининг зарур унсурлари бўлиб, буларсиз у меъёрда ишлай олмайди. Албатта, мулкчилик ҳуқуқи абадий бўлиши мумкин эмас. Солиқлар, чеклашлар ва қонун асосида ер сотишни, ишчи кучи ёллашни тартибга солиш ва ҳоказолар ёрдамида жамиятнинг "доира"сини белгилаб қўяди. Аммо жамият мулкий муносабатларни тартибга солишга ортиқча берилиб кетса, аҳоли ҳўжалик фаолиятининг пасайиши хавфига дуч келади.

Мулк-моддий ва маънавий бойликларни қонуний равишда белгиланган тартибда кишилар томонидан иқтисодий ўзлаштириш шаклидир. Ўзлаштириш тартибини мулкий ҳуқуқ белгилайди. У кимнинг мулки эканлигини, мулкдан фойдаланиш қоидалари, мулкни давлат томонидан кафолатлаш кабиларни белгилаб қўяди. Мулк ҳақидаги муносабатлар ва мулкчилик тўғрисидаги қонунга асосан бошқарилади.

Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 53-моддасида “бозор муносабатларини ривожлантиришга қаратилган Ўзбекистон иқтисодиётининг негизини хилма-хил мулк шакллари ташкил қилади” деб таъкидланган. Тадбиркорлик билан шуғулланувчи кишилар мулкӣ муносабатларининг субъекти, яъни иштирокчиси бўлади. Ер, бино, иншоот, асбоб-ускуналар, машина, механизмлар, ишлаб чиқарилган товарлар, илмий ғоялар, лойиҳалар, товар белгилари ва ҳоказолар мулкӣ муносабатларнинг объектидир.

Мулкӣ муносабатлар мулкка эгалик қилиш, мулкдан фойдаланиш, мулкни тасарруф этишни ўз ичига олади. Шу жиҳатдан олиб қарайдиган бўлсак, тадбиркорлар ўз мулкига суянган ҳолда ёки ўзгалар мулкни ижарага олиб, фаолият юритишлари мумкин; унда мулкка вақтинчалик эгалик қилиб ундан фойдаланиладилар. Лекин ижарага олинган мулкни тасарруф этиб хўжайинлик қила олмайдилар. Юқоридаги ҳолатлардан қатъий назар, ишлаб чиқарилган товарлар эгаси тадбиркор бўлиб қолаверади.

Тадбиркорликнинг иқтисодий манфаатдорлиги мулкни ишлаб чиқаришга сарфлаб фойда олишда намоён бўлади. Шунингдек, тадбиркор ўз мулкни сотиши, ижарага бериши, шерикчилик асосида фаолият кўрсатиши, меросга қолдириши ва ниҳоят хайр-эҳсон йўлида ҳадя қилиши унинг ихтиёрида бўлади. Тадбиркор ўз мулкдан фойдани кўпроқ олиш учун ундан фойдаланишнинг самарали йўлларини қидириб топади. Тадбиркор ўз мулкдан оқилона фойдаланиб олган фойдаси ҳисобига унинг миқдорини ҳам кўпайтириб боради. Тадбиркор мулкдор сифатида масъулияти ҳам, жавобгарлиги ҳам унинг зиммасида бўлади.

1.3. Тадбиркорлик фаолиятини турлари ва шакллари

Тадбиркорлик фаолиятини шахслар иқтисодиётнинг турли соҳаларида, турли йўналишларида ва шаклларда амалга оширишлари мумкин. Масалан, фаолият йўналишлари бўйича: ишлаб чиқариш; тижоратчилик; хизмат кўрсатиш; воситачилик кўринишларида, тадбиркорлик: тармоқ соҳалари бўйича: саноатда, қишлоқ хўжалигида, агросаноат тармоқларида, қурилишда ва бошқа тармоқларда.

Фаолият мураккаблиги бўйича махсус билим талаб қилмайдиган, махсус билим талаб қиладиган, юқори технология ва нодир билимга асосланган тадбиркорлик мавжуд.

Тадбиркорнинг қандай вазифани бажаришига йўналганлигига кўра ишлаб чиқаришни бошқариш, молиялаштириш, воситачилик, тижоратчилик, турли хизматлар кўрсатиш ва маслаҳатлар бериш кўринишида бўлиши мумкин.

Шуни ҳам таъкидлаш лозимки, тадбиркорликнинг маданийлашган ва ёввойи кўринишлари ҳам фарқланади. Масалан, маданийлашган тадбиркорлик жамиятга фойда келтирадиган фаолият билан шуғулланиш

бўйса, ёввойи тадбиркорлик - ноқонуний йўллар билан пул топишга уринишдир.

Ўзбекистон Республикасида бозор муносабатларига ўтиш жараёнида мулкий муносабатларни ҳал этиш катта аҳамият касб эта бошлайди. И.А.Каримов "Иқтисодий ислохотларнинг бутунги босқичида энг муҳим долзарб вазифа - мулкий муносабатларни тубдан ўзгартирмоқдир. Унинг туб моҳияти - мулкни ҳақиқий эгалари қўлига беришни тезлаштириш, тадбиркорлик учун кенг йўл очиб бериш ва мулкдорда янги мулк эгаси ҳиссиётини тарбиялашдан иборатдир" деб ёзади. Дарҳақиқат, турли мулк шакллари асосида тадбиркорликнинг турли шакллари юзага келади ва ривожланади.

Ўзбекистон Республикасининг тадбиркорлик тўғрисидаги қонунига биноан тадбиркорлик фаолиятининг қуйидаги шакллари мавжуддир:

-якка тартибдаги хусусий тадбиркорлик фаолияти;

-ёлланма меҳнатни жалб этишга асосланган хусусий тадбиркорлик фаолияти;

-ширкатчилик асосидаги тадбиркорлик;

-жамоа тадбиркорлиги;

-давлат тадбиркорлиги;

-аралаш тадбиркорлик-юрдик шахс ҳамда фуқаролар томонидан мол-мулкни қўйиш йўли билан олиб борилади.

Тадбиркорликнинг ташкилий шакллари гоёт хилма-хил бўлиб, уларнинг биронтаси ҳам муваффақиятга олдиндан кафолат бермайди.

Тадбиркорликнинг қайси шаклини танланишига қуйидаги омиллар таъсир этади:

-ишни осон бошлаш имконияти;

-уни бошлашда дуч келадиган қонун-қондалар;

-ишнинг пул билан таъминланиши;

-ишнинг ҳажми ва миқдори;

-тўланадиган солиқлар ставкалари.

Агарда ишни бир шахснинг ўзи ташкил этиб олиб борса, у якка хусусий тадбиркор ҳисобланиб, мулкка ёлғиз ўзи эгаллик қилади ва тушган даромадни бир ўзи ўзлаштиради.

Бундай якка ҳолдаги хусусий тадбиркорлик бир қатор афзалликларга эга:

1) тадбиркор ўз фаолиятини ҳеч бир шартномасиз, фақат ўз қарорига кўра бошлаши мумкин;

2) ҳеч бир юқори кенгашта боғлиқ бўлмай қарор қабул қилади;

3) у фақат ўз қарорига жавоб беради ва шунга асосланиб иш тутайди;

4) корпорациялардаги каби вақти-вақти билан ҳеч кимга ҳисобот бермайди;

5) ўз фаолиятини хоҳишига кўра истаган жойда амалга оширади.

Унинг бир қатор камчиликлари ҳам бор:

- 1) беҳисоб шахсий масъулиятни ўз зиммасига олади;
- 2) иши барбод бўлса, мол-мулкани бутунлай йўқотиши мумкин;
- 3) у шерикчиликнинг қўшимча маблағига суяна олмайди;
- 4) акция ёки бошқа қимматли қоғозлар чиқариб сотиш каби

молиявий усуллардан фойдалана олмайди;

5) унинг фаолияти фақат ўзига боғлиқ бўлиб меҳнатга қобилиятсиз бўлиб қолса, ишлари сусайиб чекланиб қолади, вафот этса умуман тўхтабди;

6) шундан келиб чиқиб бошқа компаниялар у билан иқтисодий алоқани истамайроқ амалга оширадilar.

Ширкат-икки ва ундан ортиқ кишининг фойда олиш мақсадида келишув (шартнома) асосида ўз маблағларини бирлаштирган ҳолдаги тадбиркорлик фаолияти шаклидир.

Ширкатлар иккита кўринишга бўлинади:

- 1) тўла ёки оддий ширкатлар
- 2) масъулияти чекланган ширкатлар.

Тўла ширкатда унинг барча аъзолари тенг ҳуқуққа эга бўладилар.

Масъулияти чекланган ширкатда унинг бир аъзоси тўла ҳуқуққа эга бўлиб, қолганларнинг ҳуқуқлари чекланган бўлади ва ширкатнинг қарзлари учун жавобгар бўлавермайди, молиявий ҳужжатларга ҳам имзо қўя олмайди.

Ширкатнинг ҳуқуқий асоси унинг аъзолари ўртасида тузилган битим ҳисобланади ва у қуйидаги бандлардан иборат бўлади:

-ҳар бир ҳамкорнинг ваколати;

-битимнинг муддати;

-ҳар бир аъзонинг умумий ишга қўшган маблағлари ҳажми (айрим ҳолларда баъзи аъзолар маблағ қўшмай интеллектуал билимлари ҳисобидан баҳоланиб улуш олишлари мумкин).

-уюшма маблағидан ҳар бир аъзонинг олиши мумкин бўлган аниқ, белгиланган пул ҳажми;

-амалга оширилиши зарур бўладиган молиявий тартиби баёни;

-янги ҳамкорлар (аъзолар) қабул қилиш тартиби;

-ширкатни тарқатиб юбориш тартиби.

Ширкат ўзи ишлаб чиққан низом асосида фаолият юритади.

Ширкатнинг ҳам афзаллик ва камчилик томонлари мавжуд:

афзалликлари:

1) молиявий жиҳатдан яқка эгалик фирмага нисбатан анча кучли бўлади;

2) ҳаракатдаги тезкорлиги;

3) менежерликда қўшимча имкониятига эга, яъни аъзолари бир-бирини камчилигини тўлдирган ҳолда бирлашадилар.

Камчиликлари:

1) ширкатнинг ҳар бир аъзоси бошқа шеригининг хатти-ҳаракати учун жавобгар бўлади;

2) шериклар ўртасида ўзаро ишончсизлик пайдо бўлиши мумкин;

3) ширкат омадсизликка учраса ва бирон аъзосининг маблағи қарзни тўлашга етмаса, бошқа аъзолари тўлашлари шарт бўлади;

4) ширкат аъзолари шахсий жиҳатларининг жуда катта аҳамиятга эгаллиги.

Жамoa (корпорация) шаклидаги ширкат яқка шахслар, муассасалар, ташкилотлар, корхоналар хоҳишлари ва ўзаро келишувлари асосида бирон мақсадни кўзлаб тузилган тадбиркорлик фаолияти. Унда хўжалик фаолияти ҳиссадорларнинг акция ёки пайчилик шаклидаги қўшган маблағлари асосида ташкил этилади.

Корпорациянинг афзаллиги:

1) мuddатсиз равишда фаолият кўрсатиши мумкин;

2) корпорация синган тақдирда уни бошқарувчилар ўз мол-мулкидан ажралиб хонавайрон бўлмаслиги мумкин.

3) бир вақтда турли-туман соҳаларда барабар фаолият юрита олиши мумкин.

Тадбиркорлик тўғрисидаги қонун 3-моддасида тадбиркорликнинг умумий тамойиллари қайд қилинган: тадбиркорнинг қонунда тақиқланмаган ҳар қандай тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишда ўз тасарруфидаги мулкдан фойдаланиши; олган фойдани тақсимлашдаги мустақиллиги; мулк шаклидан қатъий назар, хўжалик фаолияти барча турларининг қонун олдида тенг ҳуқуқлилиги; ёлланма меҳнатдан фойдаланиш ихтиёрийлиги кўрсатилган.

Тадбиркор - мулк эгаси (субъекти). Бу эса тадбиркорлик фаолиятининг моддий асоси ҳисобланади.

Тадбиркорликнинг асосий мақсади-фойда олиш. Амалдаги қонун ҳужжатларига мувофиқ, олинган фойда миқдори чекланмайди. Тадбиркор олган фойдасини мустақил, ўз хоҳишига кўра ишлатиш ҳуқуқига эга.

Тадбиркорлик хатти-ҳаракатлари туфайли кимгадир моддий ёки маънавий зарар етказган бўлса, у бунинг учун мулкий жавобгар ҳисобланади. Шунингдек, тадбиркор ўз фаолиятида бошқа хўжалик юритувчи шахс билан шартнома асосида муносабатга киришади. Шартномада кўрсатилган мажбуриятларни бажармаган тақдирда амалдаги қонун ҳужжатларига ва шартларига мувофиқ у мулкий жавобгар бўлади. Демак, тадбиркор бошқа субъектга зарар етказган ҳисобланади.

Тадбиркорлик кенг маънода ва тор маънода тушунчага эга.

Кенг маънода, тадбиркорлик-шахсий манфаатга асосланган, субъект олдида турган мақсадга эришишга қаратилган, унинг бевосита иштирокида ўзининг шахсий омиллари (мулки, жисмоний ва ақлий қобилияти, билими, тажрибаси, ижтимоий муҳитдаги мавқеи, ҳуқуқлари,

шахсий хатти-ҳаракатларини олдиндан кўра билиши)га асосланиб амалга ошириладиган ақлий (интеллектуал) фаолият.

Тор маънода, тадбиркорлик фаолияти фақат иқтисодий соҳанинг турли-туман, фаолияти фақат иқтисодий соҳанинг турли-туман даражалари - оила хўжалигини юритишдан тортиб, товарлар ишлаб чиқариш, хизматлар кўрсатишгача бўлган юмушлар билан боғлиқ.

Шундай қилиб, тадбиркорлик ҳар томонлама фаолият турлари бўлиб, ўз ичига янги товарларни ишлаб чиқариш, янги технологияни жорий этиш, товарларни сотиш учун янги-янги бозорларга кириб бориш, янги истеъмолчилар доирасини кенгайтириш, янги ишлаб чиқаришга янги ресурсларни, маблағ билан таъминлаш манбалари ва шакъларини жалб қилиш, ташкилий-бошқарув янгиликларини ўтказиш, янги шерикчилик муносабатлар, шу жумладан, халқаро муносабатларни шакллантиришни ўз ичига олади.

1.4. Корхоналарнинг турлари

Тадбиркорлик фаолиятининг йўналишлари, турлари ва шаклларидан келиб чиқиб, корхоналар ҳам турли кўринишда бўлади. Улар бир-биридан, биринчидан, мулкка эгаллик асоси ва иккинчидан, олинган даромадларни ўзлаштиришга кўра фарқланиши мумкин. Масалан, якка эгалликдаги хусусий корхона:

- ширкатчилик асосидаги корхона;
- жамоа корхонаси, ҳиссадорлик жамиятлари;
- давлат корхонаси;
- қўшма корхонаси;
- холдинг корхонаси;
- шўба (қиз) корхоналар;
- консалтинг бирлашма;
- венчур корхона;
- дистрибютер корхона;
- масъулияти чекланган корхоналар.

Шунингдек, корхоналар катта-кичиклигига кўра кичик, ўрта ва йирик корхоналар гуруҳига бўлинади.

Хусусий корхона хўжалик юритишнинг шундай ташкилий-ҳуқуқий шаклики, унда мулк эгаси битта шахс ёки оила бўлади ва фаолиятдан келган даромаду (турли тўлов ва солиқлар тўланганидан кейин) ҳаммасига тўлиқ эгаллик қилади. Колаверса, фаолиятдаги хавф-хатар ва камчиликлар учун ҳам якка ўзи жавобгар бўлади.

Бу шаклдаги корхоналар чакана савдода, умумий овқатланиш соҳасида, турли маслаҳатхоналар кўринишида, маиший хизматда, фермерчиликда, тиббиёт соҳасида, ҳунармандчиликда кўпроқ учрайди ва одатда, кичик корхона шаклида бўлади. Унда тадбиркорнинг ўзи меҳнат қилиб товар яратиши ёки хизмат кўрсатиши мумкин, ёки ўзи бошқариб ёлланма ишчи меҳнатидан фойдаланиши мумкин.

Ширкатчилик асосидаги корхона икки ва ундан ортиқ шахслар мулкларининг ўзаро бирлашуви асосида ташкил этилиб, унинг уч хил кўриниши - оддий (чала), тўла ва коммандит турлари мавжуд.

Оддий (чала) ширкат корхонада мулк ва тадбиркорлик ҳаракатлари умумий ширкатчилик манфаатига эришиш мақсадида бирлашади. Ушбу бирлашиш шаклида ташкилот бўлмайди, чунки ширкатчилик шериклари ҳар бири алоҳида ҳаракат қиладилар. Учинчи шахслар учун ушбу бирлашма умуман йўқ ёки махфий ҳисобланади. Аммо оддий ширкатчиликда иштирок этувчи шахслар ўз ҳуқуқи ва мажбуриятларини умумий манфаат учун ишлатадилар. Мулк масаласида учинчи шахс олдида мажбуриятлари тўла сақланиб қолинади. Бу каби ширкатчилик аъзолари келишилган улушни қўшишлари зарур ва кўрилган зарар ва қарзларни тўлашда баравар қатнашишлари лозим бўлади. Улар тадбиркорлик ишини олиб боришда тенг ҳуқуққа эга бўлиб ширкатчиликка киритган улушидан қатъий назар, ишни текис олиб бориши, олинган фойдани тақсимлашда иштирок этиши, керакли вақтда ширкатдан чиқиши ва мулкнинг бир қисмига эгаллик қилиши мумкин. Агар ширкат кўрган зарар унинг мулки қийматидадан ортиқ бўлса, ўзининг барча мулки, шу жумладан шахсий мулки билан жавоб беради.

Тўла ширкатда ҳам худди оддий ширкатга ўхшаб, унинг аъзолари манфаатларининг бирлиги сезилади. Агар оддий ширкатда умумий манфаат махфий намоён бўлса, тўла ширкатда учинчи шахслар билан бўладиган барча муносабатлар, умумий ширкат манфаати аниқ кўриниб туради.

Оддий ширкатга ўхшаб тўла ширкатда ҳам ташкилот бўлмайди. Битимлар барча аъзолар манфаатини кўлаб, уларнинг биттаси ёки бир нечтаси номидан тузилади. Аммо ташқи иқтисодий муносабатларда тўла ширкатчилик унинг шериклари номи билан иш юритувчи ягона фирма сифатида ҳаракат қиладилар. Ширкат ёлланма ишловчилар меҳнатидан ҳам фойдаланади. Ширкатлар мулки, одатда, унинг аъзолари ҳиссасидан, ҳам олинган фойдадан ташкил топади ва у шерикларига умумий мулк бўлиб хизмат қилади. Барча ширкатчилар фаолияти учун аъзолар ўртасидаги келишув асос бўлади. Ширкат тўғрисидаги келишув қуйидаги мажбурий иловаларни ўз ичига олади: ширкатнинг номи, ҳар бир шерикнинг фамилияси, исми, шарифи, тадбиркорлик фаолияти турм ва манзили, ҳар бир шерикнинг қўшган маблағ миқдори, даромад ва солир бўлиши мумкин бўлган зарарнинг тақсимланиши тизими, ҳар бир шерикнинг компенсация олиш усули.

Корхона фаолиятидан келадиган даромад шерикларга тегишли ҳисобланади. Ширкат аъзолари фойдани ҳар қандай ўзаро манфаатли келишув асосида тақсимлашлари мумкин. Ҳар бир ширкат аъзоси бир хил миқдорда сармоя қўшиши мажбурий эмас. Баъзи бир ҳолларда бир шерик бутунлай ҳеч нарса қўшмаслиги мумкин. Чунки унинг бирор соҳадаги тажрибаси, касби ва билими мулк бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Коммандит ширкатчилигида шериклар ичида биттаси кредитор олдида тўла (чекланмаган) жавобгарликка эга бўлади. Тўла жавобгар шахс ҳақиқий аъзо, чекланган жавобгарлар омонатчи аъзо ёки коммандитлар деб аталадилар. Коммандит кредиторлар олдида ўзининг шахсий мулки эмас, балки умумий мулкка қўшган ҳиссаси билан жавобгар бўлади.

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

Ширкат битимларда коммандит учинчи шахслар билан тарафлик муносабатларида иштирок этмаганлиги сабабли ширкатчилик мажбурияти бўйича жавобгар бўлмайдилар, ammo унда ширкатчиликнинг умумий мулкига қўшган ўз ҳиссасини йўқотиш хавфи бўлади. Коммандит ширкати аралаш ҳиссадорлик коммандитлиги шаклига ўтиши мумкин ва бунинг учун аъзолар ўз ҳиссаларини қўшишни акция сотиб олиш йўли билан амалга оширишлари зарур бўлади. Ширкатнинг бундай аралаш шакли унинг ҳиссадорлик жамиятига айланишига ўтиш шакли бўлиб хизмат қилади.

Жамоа корхонаси - бу шундай ҳўжалик шаклики, унда барча мулк ва олиннадиган фойда унинг меҳнат жамоасига тегишли бўлади. У қуйидагича ташкил этилиши мумкин:

-меҳнат жамоаси томонидан давлат мулкини сотиб олиш йўли билан;

-унча катта бўлмаган давлат корхоналарини жамоа корхонасига айлантириш йўли билан;

- жисмоний ва юридик шахслар мулкини ихтиёрий тарзда бирлаштириш йўли билан.

Ҳиссадорлик жамиятлари корхоналари шундай ҳўжалик шаклики, унинг Низом (Устав) фонди жамиятининг номинал қиймати маълум акциялар сонига тақсимланган бўлади ва мазкур жамият фонди ушбу акцияларни сотиш орқали шаклланади. Ҳиссадорлик жамиятлари очиқ ёки ёпиқ турда бўлиши мумкин. Агар унинг акциялари очиқ ёки обуна бўлиш йўли билан сотилса, қимматбаҳо қоғозлар бозорида ҳеч ким томонидан чекланмай эркин савдо-сотиқ қилинса, "очиқ ҳиссадорлик жамияти" деб аталади. Агар унинг акциялари қимматбаҳо қоғозлар бозорида муомаллада бўлиши жамият низомига биноан ман этилган ёки чекланган бўлса ва у фақат номланган (эгаси ёзилган) акциялар чиқарса "ёпиқ ҳиссадорлик жамияти" деб аталади.

Очиқ турдаги ҳиссадорлик жамиятини бошқа турдаги жамиятга айлантириш мумкин эмас. Ёпиқ ҳиссадорлик жамияти эса ўз акцияларига очиқ обуна ўтказиш ёки уларни фонд бозорига сотиш учун чиқариш йўли билан очиқ ҳиссадорлик жамиятига айлантирилиши мумкин.

Ҳозирги бозор иқтисодиётида йирик ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг энг тарқалган шакли-акционерлар компанияси (корпорацияси)дир.

Акционерлар компанияси кўплаб шахсий капиталларни ва шахсий жамғармаларни акциялар чиқариш воситасида қўшиш йўли билан ташкил этилади. Акция - қимматли қоғоз бўлиб, ўз эгасини акционерлик капиталининг хусусий эгаси қилади ва унга акционерлар жамияти даромадининг бир қисмини (ўз қўлидаги акцияларнинг номинал қийматига мутаносиб тарзда) олиш ҳамда компанияни бошқаришда иштирок этиш ҳуқуқини беради. Акционерлар жамияти олган фойдалар (ишлаб чиқаришни кенгайтиришга ажратиладиган маблағлар, раҳбар ходимлар маоши ва солиқлар чегириб қолингач) дивидентлар шаклида акционерлар ўртасида тақсимланади. Дивидентлар қанчалик кўп бўлса, акцияларнинг курси, яъни уларнинг реал бозор нархи шунчалик юқори бўлади. Акционерларнинг умумий йиғилишида ("битта акция-битта овоз" принципи бўйича ўтадиган) компания раҳбар органларини сақлайдилар ва назорат қилиб борадилар. акцияларнинг назорат пакетига (акционерлар йиғилишида кўпчиликни таъминлайдиган) эгаллик қилувчи хусусий кишилар, корхоналар, давлат органлари қарорлар қабул қилишда ҳал қилувчи овозга эга бўладилар.

Хусусий тадбиркордан ва ширкатдаги шерикдан фарқли ўлароқ, акционерлар ўз компаниясининг қарзлари учун мулкий жавобгарликдан ҳолидир. Компания хонавайрон бўлса, у фақат ўз акцияларининг қийматларидангина маҳрум бўлиши мумкин. Акциядор корпорация фаолияти учун жавобгар бўлмаслиги аҳоли пул маблағлари ва шахсий жамғармаларини жалб этиш учун, уни жозибадор объектга айлантиради.

Бирлашмалар акциядан ташқари, облигацияларни, яъни олдиндан қайд этилган даромадни (масалан, олти ойда бир марта) олиб туриш ҳуқуқини берадиган қимматбаҳо қоғозни чиқариб сотишлари мумкин. Тегишли муддат ўтгандан кейин компания облигация эгасига унинг номинал қийматини тўлайди. Облигация эгаси (акционердан фарқли ўлароқ) корпорацияни бошқаришда қатнашмайди. Бордию, акционерлар компанияси ўз мажбуриятларини бажармаса, у компанияни суд жавобгарлигига тортиши мумкин. Акциялар, кўриб турибмизки, облигацияларга қараганда қалтисроқдир. Чунки дивидентлар облигациялар бўйича фонслар тўлангандан кейин тўланади. Аммо инфляция шароитида облигациялар қадрсизланади. Чунки улар юзасидан бериладиган даромадларнинг миқдори олдиндан белгиланган бўлади.

Очиқ акционерлар жамиятида мулк билан бошқарув бир-биридан деярли ажраган бўлади. Бирлашма ичида иқтисодий ҳокимият профессионал бошқарувчиларникидир (технократия). Ишлаб чиқариш воситаларининг эгалари (акционерлар) ишлаб чиқариш жараёнининг ўзида, одатда иштирок этмайдилар. Бинобарин, хўжаликни самарали юритиш, ишлаб чиқариш воситаларидан оқилона фойдаланиш устидан

назорат қилиш муаммоси кескинлашади. Чунки технократиянинг ўзи бундан бевосита манфаатдор эмас. “Бошқарувда фаол қатнашмайдиган кишилар нималар бўлаётганлигини борган сайин кам билдилар ва уларда буни билишнинг имконияти тобора кам қолади, чунки корхона фондларининг ортиши ва унинг операцияларининг мураккаблашуви оқилона қарорларни қабул қилиш учун тобора кўпроқ ахборот талаб қилинишини англатади” (Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. М., 1969, 6-130). Шундай қилиб, йирик акционерлар компанияси мулк эгасининг, технократия фаолияти устидан ишлаб чиқариш жараёнининг ўзида паҳсан назорат қилиши имконияти қолмайди. Ишлаб чиқариш жараёнидан ташқарида-муомала соҳасида назорат қилади. Бинобарин мулкнинг акционерлик шакли ушбу зиддиятни ўзининг негизда, унинг асосий “ихтироси” фонд биржасида акцияларни эркин сотиш ёрдамида ҳал қилади. Худди шу ерда технократия фаолиятининг иқтисодий самарасига баҳо бериш имкониятини яратадиган объектив механизм амал қилади. Агар самарадорлик етарли бўлмаса, у дивидент ҳажмига ва акциялар курси ҳаракатига салбий таъсир кўрсатади.

Акциялар курсининг пасайиб кетиши акционерларнинг фирма ишлариغا аралашилари ва технократияга таъсир ўтказишнинг ишдан бўшатиш ёки лавозимини пасайтириш, фирмани тугатиш, бошқарув ходимлари меҳнат ҳақини ўзгартириш каби воситаларидан фойдаланишга мажбур қилади. Даромадлар камайган тақдирда корпорация раҳбариятига компанияни сақлаб қолишдан манфаатдор бўлган касаба уюшмалари ва унинг синишидан таҳликага тушган банклар катта тазйиқ ўтказишлари мумкин. Технократия ўзини бундай ташқаридан бўладиган аралашувларидан ҳимоя қилишга интилиб, дивидент миқдорини ва демак, корхона рентабеллигини лозим даражада тутиб туришга мажбур.

Кооператив ва давлат корхоналари. Маълумотларга кўра, дунёда қарийб бир миллион кооператив ташкилотлар ишламоқда. Уларнинг кўплари ўзининг рақобат қилиш қобилиятини кўпайтиришга уринаётган майда хусусий тадбиркорларнинг бирлашуви негизда юзага келади. Кооперациянинг бундай шакллари аграр шубҳага айниқса хосдир. Ҳозирги кунда улар Франция ва ГФРда барча қишлоқ хўжалик корхоналарининг камида 80 фоизини ҳамда Швеция, Дания, Норвегия, Финляндия, Голландия ва Японияда деярли 100 фоизга яқинини қамраб олган. Бунда фермерлар мустақил товар ишлаб чиқарувчи бўлиб қолганлари ҳолда тайёр маҳсулотни сақлаш, қайта ишлаш ва сотиш, ем-хашак, ўғит ва техника сотиб олиш, бир-бирларига молиявий мадад бериш ва ҳоказо каби вазифаларни ҳал этиш учун ўз куч-ғайратларини бирлаштирадилар.

Кооператив корхоналарнинг вужудга келишининг бошқа бир усули-меҳнат коллективи томонидан хусусий фирманинг сотиб олинishi ва унинг кооперативга айлантирилишидир. Бу, одатда фирманинг синиши ва ишчиларнинг ишсиз қолиш хавфи юзага келганда содир

бўлади. Давлат бундай кооперативларнинг бўлишдан манфаатдор ва уларни қўллаб-қувватлайди. Корхоналарни меҳнат жамоаларига мулк қилиб бериш-иқтисодий бўҳронлар оқибатларини бартараф қилишнинг ва иш билан бандлик даражасини сақлаб қолишнинг етарлича самарали ва кенг ёйилган усулидир.

Ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг барча асосий муаммоларини ишчилар иштирокида ҳал қилишни кўзда тутувчи энг демократик шакл кооперативлар учун хосдир. Кооператив аъзоси унинг эгаси сифатида бутун корхона ишининг пировард натижасидан тўғридан тўғри манфаатдор. Шундай қилиб, бу ерда ишлаб чиқариш воситаларининг эгаси билан ходимлар ўртасидаги зиддиятлар бартараф этилади.

Акционерлар компаниясида ҳам ишлаб чиқариш худди шундай ташкил этилган. Уларда меҳнат жамоалари акцияларнинг назорат пакетига эга бўлиб, бундай бошқарув тизимини демократиялаштириш учун фойдаланилади. Бундай компаниялар акционерлар йиғилишларида акциялар сони бўйича овоз бериш одати кўпинча “битта ишчи-битта овоз” тартиби билан амалга оширилади. Компания идорасига ишчилар ва хизматчилар сайланади. Бошқарув аппарати, ўз-ўзини бошқариш усулидан фойдаланиш ҳисобига кескин қисқартирилади.

Бироқ кооператив ҳаракатнинг ривожланиши ва кенг ёйилишига тўғаноқ бўлувчи омиллар ҳам бор. Асосийларидан бири - бошқарувнинг нисбатан паст савиядалигидир. Гап шундаки, кооперативларда менежер мавқеининг икки ёқламалиги: унга бўйсунувчи киши айни вақтда уни ёлловчи эканлиги туфайли унинг интизом ўрнатишиши, ишчиларни ёллаш ва бўшатиш бўйича ҳуқуқлари чекланган. Кооператив ходимлари, бир томондан менежерларни ёллашлари ва улар меҳнатиغا ҳақ тўлашлари, иккинчи томондан эса, уларни фармойишларига бўйсунушлари лозимлиги меҳнат интизомининг мустаҳкамланишига ёрдам бермайди. Пайчилар тайин меҳнат улушидан қатъий назар, фойдадан бир хил миқдорда ҳисса олиши, демак менежерлар меҳнатни рағбатлантириш воситалари борасида чекланганлиги туфайли ҳам меҳнат интизоми сусаяди.

Иккинчи омил-ишлаб чиқаришни кенгайтириш учун зарур бўлган кўшимча молиявий маблағларни жалб қилишнинг қийинлигидир. Бошқарув ва молия интизоми савиясининг пастлиги сабабли кредит берувчилар кооперативларга ишонмайдилар. Кооператив аъзолари эса олинган фойдани ишлаб чиқаришни кенгайтиришга сарфлаш ўрнига кўпинча уни “еб ётиш”ни афзал кўрадилар.

Давлат тадбиркорлиги иқтисодиётни давлат йўли билан тартибга солиш мақсадига эришишнинг энг муҳим воситаларидан биридир. У иш билан банд қилиш сиёсатини амалга оширишда, ижтимоий ва ишлаб чиқариш инфраструктурасини таъминлашда, бир қатор илмий-техника ва ижтимоий режаларни амалга оширишда айниқса катта аҳамиятга эга бўлади.

Давлат ихтиёридаги корхоналар, энг аввало, иқтисодиётнинг марказлаштирилган бошқарувисиз меъёрида ишлай олмайдиган тармоқларида (темир йўл, телеграф, почта, ирригация иншоотлари, телекоммуникациялар), шунингдек, харажатлар узоқ муддатдан кейин қопланадиган (энергетика, манший хизмат), йирик капиталларга муҳтож тармоқлардадир (ундирма саноат, транспорт). Бундан ташқари, давлат одатда фан-техника жиҳатидан истиқболли бўлган тармоқларни (ядро энергетикаси, космик тадқиқотлар, электроника, нефть кимёси), шунингдек ижтимоий тизим (соғлиқни сақлаш, таълим, маиший хизмат)ни маблағ билан таъминлаб туради.

Давлат корхоналарининг учта асосий турини алоҳида кўрсатиш мумкин: 1) давлат бошқарув идорасига бевосита бўйсунувчилар; улар давлат бюджетидан маблағ билан таъминланадилар; 2) мақсадлари ва фаолият доирасини давлат бошқарув идоралари белгилаб берсада, нисбатан мустақил бўлган ҳамда бозорга ва ўзини-ўзи маблағ билан таъминлашга мўлжалланган; 3) мустақил товар ишлаб чиқарувчилар сифатида иш тутадиган (одатда, улар акцияларининг назорат пакети давлатники бўлган компаниялар) корхоналар. Иккинчи ва учинчи турдаги корхоналар, бир томондан, фойдани максималлаштиришга қаратилган, иккинчи томондан уларни ҳукумат мамлакат иқтисодиётини тартибга солиш вазибаларини ҳал этиш учун фойдаланиши мумкин.

Қўшма корхоналар - икки ёки ундан ортиқ юридик шахс, яъни корхоналар мулкани қўшиш йўли билан ташкил қилинган корхоналардир. Аммо амалиётда хўжалик субъектларининг хорижий шериклар билан биргаликда ташкил этилаётган корхоналари "қўшма корхона" деб айтилмоқда. Бу корхоналар мамлакатимизга илгор хорижий технология, бошқарув тажрибаси ва қўшимча молиявий ресурсларни (инвестицияларни) олиб киради ва экспортни кўпайтириш имконини беради.

Қўшма корхоналар чекланган жавобгарликка эга бўлган жамият (масъулияти чекланган жамият), ҳиссадорлик жамияти ҳамда қонун томонидан чекланмаган бошқа шаклларда, иккита ва ундан ортиқ бўлган шерик корхоналар ўртасида тузилган шартнома асосида барпо этилади.

Қўшма корхона хўжалик юритиш субъекти ҳисобланиб қайси мамлакат ҳудудида ташкил этилган бўлса, ўша мамлакат қонунлари асосида фаолият кўрсатади.

Хорижий фирмалар, ваколатхоналар-бирон хорижий мамлакатнинг, мамлакатимиз ҳудудида бироф-бир иқтисодий-хўжалик фаолиятини амалга ошириш мақсадида ташкил этилган шаҳобчалар бўлиши мумкин. Лекин қўшма корхона эмас.

Мамлакатимизда, хорижий компаниялар, корхоналар ташкилотларининг шаҳобчалари, ваколатхоналари ташкил этилиб фаолият юритишига қонунан рухсат этилган. Уларнинг ташкил этилишида давлат рўйхатидан ўтказиш учун таъсисчи давлатга Америка доллари ҳисобида маълум миқдорда тўлов тўлаш лозим.

Агар хорижий фирмаларнинг фаолияти даромад олишга йўналтирилган бўлса, улар мамлакат корхоналари каби, аммо махсус тартибда солиқ тўлайдилар.

Хорижий фирмалар ваколатхоналари фойда олиш фаолияти билан шуғулланмасликлари ҳам мумкин. Уларнинг фаолияти хорижий давлатдаги фирмалар томонидан молия билан таъминланади. Бу каби ваколатхоналар фақат ваколатчилик вазифаларини бажарадилар, жумладан, хорижий фирмалар вакиллари, ватанимиздаги шериклари, давлат идоралари олдида хорижий фирмалар номидан вакиллик қиладилар, шартномалар тузадилар, ўша хорижий фирмаларнинг махсулоти ва кўрсатадиган хизматларини реклама қиладилар. Бу каби ваколатхоналар ўзларининг фаолиятларидан ҳеч қандай даромад олмайдилар, аммо бу фаолият хорижий фирмалар учун мазкур мамлакат бозорини ўрганиш ва инвестиция қилиш нақадар мақсадга мувофиқлигини аниқлаш учун ёрдам беради. Хорижий ваколатхоналар норезидент ҳисоблансалар, хорижий корхоналар юридик шахс бўлиб резидент ҳисобланадилар. Унинг Низом капиталида фақат ўша хорижий корхона капитали ишлатилади. У хорижий инвестор томонидан бевосита таъсис этилиши ёки шўба (қиз) корхоналар - бошқа йирикроқ корхоналар, акциядорлик жамиятлари, юридик шахслар томонидан бунёд этилган бўлиб ҳар қандай мулк шаклига эга бўлиши мумкин. Уларнинг бунёд этилиши учун қуйидаги мажбурий шартларга риоя этилиши лозим:

-бунёд этилаётган шўба (қиз) корхонага мулкни ёки унинг бир қисмини бериш;

-қиз корхонага бериладиган мулкка эгасининг ёки унинг ваколатига эга бўлган идора розилигининг бўлиши;

-таъсис корхонаси қиз корхонасига бериладиган мулкка эгалик қилмаслиги.

Қиз корхонани бунёд этиш ва уни рўйхатдан ўтказиш асосий корхоналар ташкил қилиниши тартибда амалга оширилади. Қиз корхоналар, таъсисчи корхоналар каби ҳуқуқ ва имтиёзлардан фойдаланадилар ва жавобгарликка эга бўладилар. Таъсис ва қиз корхоналар ўртасидаги муносабатлар таъсис ҳужжатлари асосида тартибга солинади.

Ҳар қандай шаклдаги мулкка эга бўлган корхоналар ўз шаҳобчаларини (ваколатхоналарини) бунёд этишга ҳақлидирлар. Шаҳобча ёки ваколатхона банкда ҳисоб ёки жорий ҳисоб рақамларини очиши мумкин. Уларга асосий корхона номидан ҳужалик шартномаларини тузиш ҳуқуқи берилади. Шартнома бўйича жавобгарлик корхона зиммасига юкланади.

Бундай шаҳобча ёки ваколатхоналар одатда, маҳаллий шароитларни, имкониятларни аниқ ҳисобга олган ҳолда битта ёки бир нечта фаолият турларини амалга ошириш учун ташкил этилиши мумкин.

Шаҳобча ва ваколатхоналар янги иш бошлаган тадбиркорларнинг ўз ишларини мустақил олиб бориб, аста-секинлик билан бизнесга кириб боришлари учун шароит яратиб бериш вазифасини ўтайди. Чунки шаҳобчалар билан ва уларнинг бош корхоналари ўртасидаги муносабатлар одатда, хўжалик ичидаги хўжалик ҳисоби асосида қурилади.

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

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

Холдинг компаниялари, мустақил фаолият кўрсатувчи алоҳида акциядорлик жамиятлари акцияларининг назорат пакетларини битта шахс томонидан сотиб олиниши орқали ҳам ташкил этилиши мумкин.

Холдинг давлатга тегишли ёки хусусий бўлиши ҳам мумкин. Давлат холдинггида акциялар назорат пакети давлатга тегишли бўлади.

Холдинг компаниялар икки хил бўлиши мумкин:

-молиявий холдинг. У асосан назорат бошқарув вазифасини бажаради;

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

Хорижий корхона, чет эллик инвестор томонидан бевосита таъсис этилиши ёки республикадаги мулк эгаларидан конвертирланувчи валютага сотиб олинган мулк асосида ташкил этилиши мумкин. Хорижий корхона фаолияти даромад олишга йўналтирилган бўлиши керак. Улардан мамлакат корхоналарига белгилабган тартибда солиқлар ундирилади, амалдаги қонунчилик доирасида солиқ имтиёзлари жорий этилади.

Консалтинг бирлашмалари - фирмаларга турли йўналишларда маслаҳат хизматлари кўрсатишга ихтисосланган иқтисодиёт фаолиятидир. Консалтинг бирлашмалари, маслаҳат бозорини бунёд этиш йўли билан тадбиркорлик фаолиятининг тараққиётига катта ёрдам

кўрсатади. Чунки бу каби вазифаларни алоҳида фирмаларнинг ўзлари талаб даражасида амалга ошира олмасликлари мумкин.

Консалтнинг бирлашмалари (фирмалари) қуйидаги маслаҳат хизмати турларини амалга оширишлари мумкин:

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

- маркетинг бўйича изланишлар ўтказиш;

- хусусийлаштириш, акционерлаштириш дастурларини ишлаб чиқиш;

- ташқи иқтисодий фаолият бўйича маслаҳат бериш;

- реклама стратегиясини ишлаб чиқиш, реклама материалларини тайёрлаш ва уларни тарқатиш;

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

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

- хизматчиларни тайёрлаш ва малакани ошириш;

- фирма иш услубини ишлаб чиқиш;

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

- инвестицияларни жалб қилиш, имтиёзли кредит олиш, зарурий ресурсларни ва капиталларни сотиб олиш бўйича;

- техник лойиҳаларнинг экспертизаси бўйича ва ҳ.к.

Венчур корхоналар - фаннинг салмоғи юқори бўлган соҳаларига оид кичик корхоналар бўлиб, улар илмий-муҳандислик ишлари бўйича янгиликларни яратиш ва уларни талбиқ этишга асосланган бўлади. Бундай корхоналарга одатда, ўз ғояларини ишлаб чиқаришга жорий этиб, муайян фойда олишга интилаётган олимлар, муҳандислар, ихтирочилар асос соладилар. Венчур корхоналар техникасининг янги йўналишларида иш кўриб, фан-техника тараққиётига ҳисса қўшади. Улар илмий-техника, технология, муҳандислик ишларида янгиликлар яратиш, янги товар намуналарини яратиш, ишлаб чиқаришни бошқариш, тижорат сирини ташкил этишнинг янги усулларини ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий этиш, йирик фирмалар-ва давлат ижара контракти буюртмаларини бажариш ишлари билан шугулланишлари мумкин.

Шунингдек, уларнинг таркибида воситачи бўлувчи корхоналар ҳам мавжуд бўлиши мумкин. Улар муҳтож корхоналарга пулдор қарз берувчи сармоядор манбани топишда ёрдам беради. **Дистрибутёр корхона** - савдо-сотиқ билан шугулланувчи, воситачи корхона бўлиб, бирон йирик компания, корхоналарнинг товарларини устама ҳақ қўйган ҳолда ўз номидан сотиш билан шугулланади.

Шунингдек, амалиётда франчайзер усулида ишловчи корхоналар ҳам ташкил этилиши мумкин бўлиб, улар хусусий тадбиркор сифатида, шартнома асосида, бирон йирик компания ва корхоналарнинг ўз

бозорларини кенгайтириш мақсадида махсус кўрсатган жойида унинг номидан фаолият юритадилар. Булар ресторанлар, ошхоналар, автосервислар, етказиб бериш бюроси, озиқ-овқат ва баққоллик дўконлари, ҳуқуқий марказлар, солиқ хизматлари, котибиятлар ва ҳоказо, шунга ўхшашлар бўлиши мумкин. Франчайзер қўл остидаги тадбиркор кўрсатаётган хизмати ёки сотаётган товарига устама ҳақ қўймайди, хизмат ҳақини асосий корхонадан олади.

1. Масъулияти чекланмаган фирмалар. Бу фирма шерикчилик асосида вужудга келади. Шерикларнинг дастлабки мулки “фирманинг устав капитали” дейилади. Устав капиталига ҳар бир шерик ўз ҳиссасини қўшади. Лекин ҳиссадор шериклар тўла ҳуқуқли ва ҳуқуқи чекланган бўлиши мумкин. Тўла ҳуқуқли шериклар фирманинг ҳам жавобгарлигини, фойдасию зарарини ҳам баҳам кўрадилар. Улар устав фондига қанча улуш қўшган бўлса, ҳиссасига қараб фойда оладилар. Масалан: Фуломов фирма устав фондига 20 фоиз берган бўлса, у фойданинг 20 фоизини олади ва ҳ.к. Бордию фирма касодга учраб синса, шериклар зарарни ҳамжиҳатликда кўтарадилар, яъни бир шерик бошқасининг жавобгарлигини ҳам ўз зиммасига олади. Фирмада 5 киши шерик бўлиб фаолият қилсалар, фирма синса, улар иккитаси фирма зарарини тўлашга қодир бўлмаса, қолган уч шерик улар зиммасидаги зарарни ҳам ўзиникига қўшиб кўтаради.

2. Масъулияти чекланган фирма. Бу фирмага шерик бўлувчилар мол-мулкни ўртага ташлаб устав фондига қўйган пайи (ҳиссаси) ҳисобидан шаклланади. Шундай фирмалар номига инглиз тилида “со LTD”, немис тилида эса “KORG” деб “лимитед” деган сўз қўшилиб “чекланган” деган маънони билдиради. Масъулияти чекланган фирма фақат устав фонди миқдори даражасидагина тенг бўлган маблағга мажбурияти бўлади. Устав фондидан ортиқча бўлган қарзи бўлса, ундан ҳеч қандай йўл билан ундириб бўлмайди. Ниҳоят улар йирик компаниялар томонидан иқтисодиётнинг айрим тармоқларини монополиялаштирилишига тўсқинлик қиладилар. Шундай қилиб, майда ва ўртача бизнеснинг мавжудлиги-эркин бозор нархлари ва рақобат қилувчи муносабатлар шаклланишининг энг муҳим шартидир.

Ҳозирги замон корпорациялари. Йирик корхоналарнинг ўз афзалликлари бор. Энг аввало, бу бозорни ўрганиш ва шакллантиришда, моддий, ишчи кучи ва молиявий ресурслардан усталик билан фойдаланишда, кенг қўламли илмий тадқиқотлар ва тажрибаларни ташкил қилишда анча катта имкониятларга эгаликдир. Йирик корхоналар бозор конъюктурасининг ўзгаришларидан яхшироқ ҳимоя қилинган. Чунки бир вақтнинг ўзида халқ хўжалигининг турли тармоқларида жуда хилма-хил товарларнинг етарлича катта улушини ишлаб чиқараётган эканлар, майда ва ўртача фирмалардан фарқли ўлароқ, нархларни тартибта солиб туриш воситасига эгадир.

Йирик ишлаб чиқариш кўлами иш кучини ҳам, меҳнат предметлари ва воситаларини ҳам чуқурроқ ихтисослаштириш имконини

берадики, шу туфайли ишлаб чиқариш харажатлари анча камаяди, маҳсулот сифати яхшиланади. Тўғри, ишлаб чиқариш меҳнат тақсимооти ва корхона қўламларининг ўсиши ўзининг табиий чегараларига эга. Тор ихтисослаштирилган асбоб-ускуналар табиий тарзда оммавий ишлаб чиқаришга қаратилган; акс ҳолда у ишсиз туриб қолади. Шу боисдан йирик корхоналарнинг самарали ишлаши учун зарур шарт-шароитлар - стандарт товарларга оммавий талабнинг мавжудлигидир.

1.5. Кичик бизнес.

Кичик бизнес йирик корхоналар фаолияти учун торлик қиладиган фойда қўлами камроқ соҳаларда фаолият кўрсатади. Кичик бизнес катта капитал талаб қилмаганидан элчил бўлади. Бир соҳадан бошқасига тез ўтиб, бозор конъюктурасига мослашиб олади. Кичик бизнес яшовчан. Йирик капитални иккинчи даражали соҳаларга, яъни майда истеъмол буюмлари ишлаб чиқаришга қўйиб бўлмайди. Натижада бу соҳалар кичик мулк эгаларига қолади. Техника тараққиёти майда корхоналарда ҳам фойда олиш имкониятини яратади. Шу сабабли кичик бизнес янги техника товарларни ҳам яратади.

Кичик бизнес фаолияти турлари қуйидаги йўналишларда бўлиши мумкин:

-саноат, яъни ишлаб чиқариш;

-хизмат кўрсатиш, яъни қизиқарлироқ томошалар, таъмирлаш устаконалари, сартарошхона, суратхоналар, транспорт хизмати, банк хизмати, брокерлик хизмати, меҳмонхона, суғурта компаниялари, молиявий-иқтисодий, аудиторлик хизмати, маркетинг, менежерлик соҳалари, маориф, тиббиёт ва юридик хизматлар. Шуни ҳам таъкидлаш зарурки, хизмат кўрсатиш соҳасидаги фаолият кўрсатувчиларнинг маоши жуда юқоридир. (Америкада бир болга уриш 1 доллар, қаерга уришни билиш эса 99 доллар деган ақида бор.)

-тижорат, савдо хизмати.

Кичик бизнес соҳаси каттасига нисбатан қуйидаги афзалликларга эга:

1. Ҳаракат эркинлиги, яъни "юқорига бўйсунмиш" деган тартибнинг йўқлиги.
2. Мослашувчанлик ва тезкор қарорлар қабул қилиш имконияти, яъни кичик фирмалар тезкорлик билан, бозор талабига кўра, зарур товар ишлаб чиқаришга ўта оладилар.
3. Маҳаллий шароитга тез кўникади, яъни маҳаллий бозорнинг урф-одатлари, талаблари, нимани афзал кўриши ва бошқа ўзига хос жиҳатларини ўрганиб, ишни шунга мувофиқ ташкил этишга мослашуви.
4. Майда бизнесга ҳукумат томонидан хайрихоҳлик, яъни унга солиқ, кредит соҳаларида имтиёзларнинг белгиланиши.
5. Катта маблағ талаб қилмаслиги.
6. Тезлик билан моддий ютуққа эришиш имконияти.

7. Ишбилармон ўз корхонасида бир неча хил ишларни ўзи бирдай бажариб бериши мумкинлиги.

Ўзининг “Кичик бизнес” деган номига қарамасдан ушбу ишлаб чиқариш ва тижорат тури барча тараққий топган давлатлар иқтисодиётида муҳим аҳамиятга эга.

Ўзларининг фаолият мақсади бўйича кичик корхоналар катталаридан фарқ қилмайдилар. Аммо амалиёт шуни кўрсатадики, унча катта бўлмаган корхоналар жамиятда муҳим ижтимоий-иқтисодий роль ўйнасалар ҳам, улар бозор шароитида чидамли эмаслар. Шунинг учун, кичик корхоналар давлатнинг қўллаб-қувватлашига муҳтождилар. Ундан ташқари, кичик бизнес жамиятда ўрта қатламнинг шаклланишида муҳим роль ўйнайди. Ана шуларни ҳисобга олиб барча давлатлар кичик корхоналарнинг ривожланиши, уларни қўллаб-қувватлаш учун турли тадбирлар қўлайдилар.

Республикамызда ҳам кичик ва ўрта бизнесни ривожлантиришга давлатимиз томонидан амалга оширилаётган ёрдамни ташкил этиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1997 йил 27 мартда қарори эълон қилинди. Қарорига кўра, кичик ва ўрта бизнесни қўллаб-қувватлаш бўйича давлат бошқаруви идоралари ҳамда бозор инфратузилмаси фаолиятини мувофиқлаштириш, кичик ва ўрта бизнесни рағбатлантиришга доир амалдаги қонунлар ва ҳуқуқий ҳужжатларни, инвестиция лойиҳаларини тайёрлаш, танлаб олиш, молиялаш ва амалга ошириш воситаларини тадбиркорлар кенг доираси ўртасида, оммавий ахборот воситалари орқали тушунтириш ишларини ташкил этиш кабилар унинг асосий вазифаси қилиб белгиланди. Солиқ тўлашлар ва кредитлар олиш соҳаларида кичик корхоналарга бир қатор имтиёзлар жорий этилди.

Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик фаолияти эркинлиги кафолатлари” тўғрисида 2000 йил 25 майда қабул қилинган Қонуннинг 5-моддасида кичик корхона мақомини олиш меъёрлари белгилаб кўрсатилган. Унга кўра ишчилар сони:

- саноатда ва қурилишда - 5 нафаргача;
- фан ва илмий хизматда - 10 нафаргача;
- қишлоқ хўжалиги ва бошқа ишлаб чиқариш соҳаларида - 25 нафаргача;

- ноишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш соҳаларида-10 нафаргача;
- чакана савдода-5 нафаргача бўлиши мумкин.

Агар хорижий давлатлар иқтисодиётига назар ташласак, кичик корхоналарнинг мамлакат иқтисодиётида тутган ўрни беқиёс эканлигини кўрамиз. Масалан, Германияда яратилаётган миллий бойликнинг бешдан тўрт қисми кичик корхоналар ҳисобига тўғри келар экан. Японияда эса аҳолининг ўндан тўққиз қисми кичик корхоналарда иш билан банд экан.

Америкадаги бир тадқиқотчининг ибораси билан айтсак, Америка иқтисодиётининг суяклари-скелети йирик корпорациялар бўлса,

фирмалар-кичик компаниялар бизнесни ҳаракатга келтирувчи пай-бўғинлардир. Масалан, "Локхид" компанияси ҳарбий идора ва авиакомпаниялар билан кўп миллиардлик контракти бўлган ҳолда минглаб кичик фирмалар билан ҳам субконтрактлар тузади. "Вестерн электрик" компанияси эса ҳар йили 40 мингдан ошиқ фирманинг товар ва хизматларидан фойдаланади. 120 минг компаниядан нархлар тўғрисида маълумот олиб туради.

"Женерал электрик" компанияси эса 90-йилларнинг ўрталарида (90%) кичик фирмалардан иборат бўлган 45 минг субпудратчи фирмалар билан алоқада эди. Кейинги пайтда кичик фирмалар Америка иқтисодиётининг нафақат бўғинлари, балки миясининг ҳам каттагина қисми деб гапира бошладилар. Аксарият илмий тармоқларда айнан ихтисослашган кичик фирмалар (венчурлар) кўпчиликни ташкил этади.

Кичик корхоналар йилга 10% ўсаётир. Уларнинг 95%ида хизматчилар сони 20 нафардан ошмайди. 80-йилларда майда бизнес тез ривожланди. Даромадлар 18% ўсди, синишлар сони 10% камайди. АҚШда майда бизнесни йиритидан фарқлаш учун майда бизнес тўғрисидаги (1953 йил) қонун амал қилади. 1958 йилда унга майда бизнес миқёсларини аниқ чегараловчи ўзгартириш киритилди. Бу кичик фирмаларнинг йирик фирмаларга қараганда анча фарқ қилувчи кредитлар олиши учун зарур эди. Қонунда ёзилишича, кичик фирма - мустақил яшовчи ва фаолият кўрсатувчи шундай корхонаки, унинг эгаси бошқаларга қарам эмас ва фирма ўз бизнеси соҳасида ўта ҳукмронлик даъво қилмайди. Унда ишбилармонликнинг аниқ соҳалари учун мезонлар ҳам белгиланган. Масалан, саноат корхонасида ишловчилар сони 250-1500 киши бўлсагина, кичик фирма ҳисобланади. Ёлланган ходимлар сонига кўра, АҚШдаги кичик ва ўрта корхоналар 5 хилга: энг кичик (1-24 ходим), кичик (25-99), ўртача (100-499), йирик (500-999) ва энг йирик (1000 ва ундан ортиқ ходим) корхоналарга бўлинади.

Улгуржи савдо корхоналари йиллик савдо муомаласи 3-18 млн. доллар орасида бўлсагина майда бизнес билан шугулланувчилар сафига киритилади. Чакана савдо ва хизмат кўрсатиш соҳаларида бу чегара 1-5 млн. доллар орасида.

Майда бизнесда бўлгуси иш учун бозор танлаш ва уни баҳолаш жуда муҳим. Биринчи навбатда келадиган даромадларни аниқлаш зарур бўлади. Бозорни аниқлашда қуйидаги учта саволга жавоб бериш керак:

1. Фирма жойлашадиган қулай жойни қандай топиш мумкин?
2. Фирманинг тижоратчилик ҳудудидаги ҳажмларини қандай аниқлаш мумкин?
3. Йиллик даромадни қандай аниқлаш мумкин?

Чунки бозор миқёслари билан кичик фирмаларнинг жойлашган ўрни ўзаро боғлиқ. Агар фирма хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият юритадиган бўлса, уни мижозлар йўли кўп тушадиган қулай ва гавжум ерга жойлаштирган маъқул. Агар у саноат корхонаси бўлса, жойлаштиришда хом ашё манбаларини, товарни сотиш жойигача бўлган

масофани коммунал хизмат билан таъминланганини, ишчи кучларининг етарли ёки йўқлигини эътиборга олиш зарур. Кўпгина чакана савдо фирмалари учун фирмаларнинг тўғри жойлашуви бутун ишнинг муваффақиятини белгилайди. Ишбилармонни қуйидаги жиҳатлар қизиқтиради. Бу ҳудудда яшовчи кишилар сони ва уларнинг қанчаси дўкон ёнидан ўтади: уларнинг даромадлари товар сотиб олиш учун етарлими; илгари аҳолининг сифат ва сон жиҳатидан таркиби, даромадлари қандай эди; келгусида бу қандай бўлади?

Майда бизнес бўйича маъмурият тадқиқотларнинг бирида ўз миқозлари нимани ёқтиришини тўғри белгилай олмагани боис хонавайрон бўлган Род-Айленд штатидаги икки ресторан воқеаси келтирилган. “Греко” ресторанида италян таомлари тайёрланган. У асосан ўртача даромадли шведлар яшовчи районда жойлашган эди. Аҳоли бошқача таомларни афзал билгани учун бу ресторанга кирмай қўйган. 10 ойдан сўнг ресторан хонавайрон бўлган. Италия таомлари тайёрловчи “Магния пицца хауз” ресторани бошига ҳам шу кун тушган. У асосан яҳудийлар яшовчи район марказида жойлашган эди. Шу билан бирга умумий овқатланиш соҳасининг этник бозорини кенгайтирганлар ҳам бўлди. Масалан, кичкинагина фирма очган ишбилармон Жено Палучни “Чун Кинг” тижорат номи остида хитой таомларини тарқатиб миллионерга айланди. Унинг иши нафақат АҚШ, балки Бразилия ва Англияда ҳам юришиб кетди. Жой танлашда рақобатчиликни ҳам эътиборга олиш зарур. Бу туманда рақобатчилар борми? Ўз миқозларига қандай хизмат кўрсатишмоқда? Келгусида яна рақобатчилар пайдо бўладими?

II БОБ. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ВА ҲУҚУҚИЙ ЖИҲАТЛАРИНИ РАСМИЙЛАШТИРИШ

2.1. Тадбиркорлик фаолияти бўйича имкониятларни аниқлаш

Биз юқоридаги бобда тадбиркорлик фаолиятининг турли шакллари ва соҳалари бўйича турли фаолият йўналишлари хусусида сўз юритган эдик, лекин тадбиркорлик фаолиятининг қайси шаклида қайдай йўналишда фаолият юритишни танлашларидан қатъий назар, ўзларини билим, тажрибаларини, қизиқишларини, жисмоний ва ақлий меҳнатга лаёқатларини, кишилар билан ишлаш олиш, раҳбарлик қила билишлик қобилиятларини чамалаб, аниқлаб пухта тайёргарлик кўриб сўнг бир ишни бошлаш лозим. Чунки бизнес укувсиз, тажрибасиз бўла туриб иш юритишга уринганларни жуда қаттиқ жазолаши мумкин.

Тадбиркор бир ишни бошлашдан олдин имкониятлари, улардан фойдаланиш, мавжуд иқтисодий шароит, чиқармоқчи бўлган маҳсулотига бозор эҳтиёжини таҳлил этиши керак.

Бу эса мавжуд нуқсонларни бартараф этишга ва бизнес ривожланишининг йўналишларини келажакдаги истиқболни баҳолашга имкон беради.

Кўпчилик ривожланган давлатларда кишиларнинг мустақил тадбиркорлик билан шуғулланиш имкониятига эга ёки йўқлигини аниқлаш учун кўплаб усуллардан фойдаланилади. Куйида сизга ўзингизни имкониятларингизни чамалаб кўришга ёрдам берувчи тестни эътиборингизга ҳавола этамиз.

Тестдан фойдаланиш учун берилган тўрт вариантдан ўзингизга мос келадиган биттасини танланг ва унга тегишли сонни (4, 3, 2, 1) ёзиб беринг.

Энди ёзган сонларингизни қўшиб чиқинг. Йиғиндисига қараб мустақил тадбиркорлик билан шуғулланиш қобилиятингиз даражасини билиб олишингиз мумкин, яъни у (25-28) аъло; (21-24) жуда яхши; (17-20) яхши; (13-16) ўртача; (7-12) қониқарсиз бўлиши мумкин.

Агар сиз ўзингизни кучсиз жиҳатларингизни билиб олсангизу, лекин ўз тадбиркорлик ишингизни йўлга қўйишни жуда истасангиз, бунинг учун ҳамкорларингиз-жамоангизни ўз кучсиз жиҳатларингизни қоплайдиган қилиб танлашингиз керак бўлади.

Демак, сиз ўз тадбиркорлик ишингизни ташкил этишга қарор қилдингиз, бунда "бозорни ўрганиш", фаолиятингизнинг жорий ва келажакдаги йўналишининг асосини ташкил этади.

Ишбилармонлик ҳислатларига эғалигини аниқлаш учун тест

Ҳислатлар	4	3	2	1
Ташаббускорлик	ўта самимий, кўпинча топшириқ излаб юрар	топшириқни бажаришда топқир ва қатъий	зарур ишларни раҳбар кўрсатмасисиз бажарали.	ташаббускор эмас, кўрсатма кутади
Бошқаларга муносабатда	кишиларга ижобий, дўстона қарайди	сермулозимат, ёқимли муносабатда бўла олади	баъзан у билан ишлаш қийин	қизикқон, чиққишимли эмас
Сардорлик	кучли, дарров ўзига нисбатан ишонч уйғота олади	усталик билан самарали буйруқ бера олади	эргаштирувчан	эргашувчан
Масъулиятлилик	топшириқни бажаришга масъулият билан ёндоқлади	огринибгина бўлсада топшириқни бажарайди	топшириқларни истамай қабул қилади	топшириқни бажаришдан ўзини олиб қочали.
Ташкилотчилик қобилияти	мантиқан, тўғри мувофиқлаштирган ҳолда, бир неча кишини ишонтириб бир ишга жалб эта олади	шунчаки қобилиятли ташкилотчи	ташкilotчилик қобилияти ўртача	ташкilotчилик қобилияти қониқарсиз
Қатъиятлилилик	аниқ ва тезкор	асосли ва эҳтиёткор	тезкор, фақат кўп хато қилади	шубҳаланувчи ва кўрқоқ
Ужарлик	мақсадга интилувчан, уни қийинчи-лик билан чўчитиш осон эмас	қаттиққўл, ўзини зўрлаб ишлайди	қатъиятлилиги и ва ўжарлиги ўртача	ўжарлиги деярли йўқ

Бозорни ўрганиш йўналишларининг асосийларидан куйидагиларни ажратиб кўрсатиш мумкин:

- талабни ўрганиш;
- бозор таркибини аниқлаш;
- товарни ўрганиш;
- рақобат шароитларини тадқиқ этиш;
- сотиш шакллари ва услубларини таҳлил этиш.

Бозор талаби ўзгарувчан табиатга эғадир. Унга ҳар хил омиллар таъсир кўрсатади, хусусан, иқтисодий, ижтимоий, маданий, демографик, психологик ва ҳоказо. Шунингдек, тадбиркорлик фаолиятини бошлаш ва бирон маҳсулотни ишлаб чиқаришни йўлга қўйишда куйидаги

омилларни ҳам эътиборга олиш зарур бўлади, хусусан, товарни истеъмол қилишни таъқиқловчи ёки чегаралайдиган қонунлар, техника хавфсизлиги қондалари, патент тизими, атроф муҳитни муҳофаза қилиш талаблари, мавжуд стандартлар ва ҳар хил рекламациялар.

2.2. Тадбиркорлик фаолиятини давлат рўйхатидан ўтказиш

Тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишга киришган субъектларнинг ҳаммаси дастлаб давлат рўйхатидан ўтишлари шарт. Бу бир томондан, тадбиркорларни давлат органларида ўз лавозимини суистеъмол қилувчи юлғичлардан ҳимоя этса, иккинчи томондан, тадбиркорларнинг ҳужалик юритиш фаолиятида давлат, марказий ва маҳаллий бюджетга солиқларнинг келиб тушишини, бошқа тўловларнинг тўлаш тартиби назорат қилинади. Давлат рўйхатидан ўтмасдан туриб кишиларнинг бирон фаолият билан шуғулланиши қонунга зид фаолият ҳисобланади ва белгиланган тартибда жавобгарликка тортилиши лозим. Давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби 1999 йил 14 апрелда қабул этилган Ўзбекистон Республикаси "Тадбиркорлик ва тадбиркорлар фаолиятларининг кафолатлари тўғрисида"ги Қонуннинг 6, 17,18-моддларида ва 1995 йил 21 декабрда қабул этилган "Ўзбекистон Республикасининг Фуқаролик Кодекси"нинг (1996 йил 27 декабр, 1997 йил 30 август, 1998 йил 1 майдаги киритилган ўзгартириш ва қўшимчалар билан) 24 ва 44-моддаларида, шунингдек, Ўзбекистон Республикаси ҳудудидаги корхоналарни давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1991 йил 12 июн 159-сонли Қарорида (1994 йил 22 мартдаги 153-сон қарорига биноан киритилган ўзгартиришлар билан) белгилаб берилган.

Тадбиркорлик фаолиятини рўйхатдан ўтказиш шахснинг ёки корхонанинг манзили жойлашган ҳудудга қарашлик давлат идораси томонидан амалга оширилади. Шунингдек, тадбиркорлик фаолиятининг айрим йўналишлари, масалан, тиббиёт, дорихоналар, суғурга, банк, босмаҳона ишлари ва шу кабилар учун Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси тасдиқлаган тартиб асосида тегишли маҳкама ва Вазирликдан лицензия олиш лозим бўлади.

Якка тартибдаги тадбиркорликни давлат рўйхатидан ўтказишда, жисмоний шахс, давлат йигимини тўлаганлигини тасдиқловчи банк ҳужжати билан аризасини қўшиб яшаш манзилига қарашли туман ҳокимиятининг тадбиркорларни рўйхатта олиш ва савдога рухсат бериш бўлимига топширади. Аризада қандай ҳужалик фаолияти билан шуғулланиш аниқ кўрсатилган бўлиши лозим.

Ариза берилган пайтдан бошлаб уч кун муддат ичида рўйхатта олинади ва унга аризасида кўрсатилган фаолият тури билан шуғулланишга ҳақли эканлиги хусусида гувоҳнома берилади. Якка тартибдаги тадбиркорлар давлат рўйхатидан ўтказилгандан кейин қонун

ҳужжатларда белгиланган тартибда солиқ идорасига ва Ўзбекистон республикаси Ижтимоий таъминот Вазирлигининг тумандаги нафақа фонди идорасига ҳисобга қўйилади. Шундан кейин тadbиркор жисмоний шахс сифатида ўз фаолиятининг бошланиши мумкин бўлади.

Рўйхатдан ўтганлик йўғими миқдорлари ва уни тўлаш бўйича имтиёзлар бериш маҳаллий давлат ҳокимияти идоралари томонидан белгиланади.

Рўйхатдан ўтказувчи орган ариза берувчига, "тадбиркорлик фаолиятини субъектни тартиқасила, давлат рўйхатидан ўтказишни, уни ташкил этиш мақсадга мувофиқ эмас", деган вақ билан рад этишга ёки қонун ҳужжатларида назарда тутилмаган қўшимча талабларни белгилашга ҳақли эмас.

Давлат рўйхатидан ўтказиш рад этилган қарор қабул қилинган бўлса, жисмоний шахс бу ҳақда уч кун ичюда ёзма равишда хабардор қилинади. Агар тadbиркор ўзини давлат рўйхатидан ўтказиш асоссиз рад этилган деб ҳисобласа, бу ҳақда судга шикоят қилишни мумкин.

Бундан ташқари, тadbиркорни давлат рўйхатидан ўтказиш учун белгиланган муддат узрсиз равишда бузиб, чўзиб юборилганда ҳам тadbиркор судга мувожаат этишга ҳақлидир. Тadbиркорнинг шикояти суд томонидан тўғри деб ҳисобланса, тadbиркорни давлат рўйхатига олувчи ташкилот қарори, шунингдек мансабдор шахснинг гайриқонуний ҳаракати ёки ҳаракатсизлиги туфайли етказилган зарарнинг ўрни, улар томонидан қопланади. Агар тadbиркорга маънавий зарар етказилган бўлса, бу зарар учун ҳам товон тўлайди. Тўланадиган товоннинг аниқ миқдори тегишли далилларга асосланиб суд томонидан белгиланади.

Юридик шахс сифатида давлат рўйхатидан ўтказиш тартиби анча мураккаброқ.

Корхона ташкил этиб юридик шахс сифатида фаолият юритмоқчи бўлган тadbиркор, рўйхатдан ўтиш учун давлат тўловини тўлаганликни тасдиқловчи банк ҳужжати, аризаси билан бирга, қўшимча, корхона Низоми, муҳри, босқич намунасини ҳам қўшиб топширилади.

2.3. Айрим фаолият турлари учун рухсатнома олиш тартиби

Юқорида тadbиркорлик фаолиятининг айрим соҳа йўналишлари бўйича давлат органларидан махсус рухсатнома (лицензия) олиш лозимлиги ҳақнда таъкидлаб ўтган эдик. Бундай рухсатнома бериш Ўзбекистонда Вазирлар Маҳкамасининг 1994 йил 19 апрелдаги 215 сонли қарори билан тасдиқланган "Корхоналар (ташкилотлар)га фаолиятнинг айрим турлари билан шўғулданмиш ҳуқуқини берадиган махсус рухсатномалар (лицензиялар) бериш тартиби тўғрисида Низом" асосида амалга оширилади.

Қонунга қўра, тadbиркор шўғулданмоқчи бўлган фаолият соҳаси йўналиши бўйича лицензия бериш ҳуқуқини берувчи Давлат ташкилотлари рўйхати келтирилган, хусусан, Ўзбекистон Республикаси

Вазирлар Маҳкамаси, Соғлиқни сақлаш вазирлиги, Молия вазирлиги, Марказий банк ва ҳоказо.

Шу нарса муҳимки, тадбиркор лицензияланиши лозим бўлган бир неча фаолият тури билан шугулланмоқчи бўлса, ҳар бир тур фаолият бўйича алоҳида лицензия расмийлаштирилади.

Лицензия олиш учун лицензия бериш вакил қилинган давлат ташкилотларига қуйидаги ҳужжатларни тақдим этиш зарур бўлади:

1) ариза; 2) ҳужжатларни кўриб чиқиш билан боғлиқ харажатларни қоплаш учун лицензия бериш ваколатига эга бўлган ташкилот ҳисобига энг кам иш ҳақининг ярми миқдориди йғим; 3) лицензия берганлик учун давлат йғимини тўлаганлигини тасдиқловчи банк ҳужжати; 4) шунингдек, лицензия бериш учун вакил қилинган тегишли давлат ташкилоти томонидан тадбиркордан билими, малакаси, меҳнат хавфсизлиги, санитария-гигиена ҳолати ва бошқа шунга ўхшаш ҳолатларни ифодаловчи ҳужжатларни нотариал идорадан тасдиқланган нусхаларини ҳам талаб қилишлари мумкин.

Лицензия бериш (бермаслик) тўғрисидаги қарор, тўғри расмийлаштирилган ҳужжатлар олингандан сўнг, 10 кундан кечиктирмай қабул қилиниши лозим. Лицензия беришни рад этиш ҳақидаги қарор сабаблари асосланган ҳолда ёзма равишда ариза берувчига юборилиши лозим.

Лицензия 5 йил муддатга берилади. Ариза берувчининг асосли илтимоси бўйича лицензиянинг амал қилиш муддати, белгиланган миқдорда тегишли йғим тўланган ҳолда, яна шунча муддатга узайтирилиши мумкин. Лицензия муддатини узайтириш ёзма равишда тасдиқланади.

Агар тадбиркор рухсат этилган фаолиятни амалга оширишда рухсатномада белгиланган қонун-қондаларни, амалдаги бошқа қонунларни бузса ёки аҳоли ҳаётига хавф-хатар келтирувчи бирон бир ҳодиса ёки таҳлика туғдирса, у ҳолда рухсатнома берган ташкилот маълум бир муддатга, корхона фаолиятидаги камчиликларини бартараф этгунча тўхтатишга ёки рухсатномани тўхтатмасдан камчиликларни бартараф этиш тўғрисида тадбиркорга керакли йўриқнома беришга ёки назорат қилиш бўлинмаларининг керакли хулосасига асосланиб, огоҳлантиришсиз корхона ёки тадбиркорни лицензиясидан маҳрум қилишга ҳақли.

Рухсатномани бериш ҳақидаги рад жавоби ёки корхонанинг фаолиятини тўхтатиш ҳақидаги қарори 30 кун мобайнида рухсатнома берган ташкилот жойлашган туман судида қайта кўриб чиқилиши мумкин. Агарда корхона фаолиятини тўхтатиш ёки рухсатнома бермаслик ҳақидаги қарорни суд рад этса, тадбиркорга қайта рухсатнома берилади ва бунинг учун ҳақ олинмайди.

Агарда корхона фаолияти тугатилса ёки рухсатномадан фойдаланиш ҳуқуқидан маҳрум этилса, у лицензия берган ташкилотга қайтарилади.

2.4. Корхонани ташкил этиш учун керакли таъсис ҳужжатлари

Корхонани давлат рўйхатидан ўтказиш учун корхонани низоми ва агарда корхона бир неча шахслар иштирокида тузилган бўлса, корхона тузилиши ҳақидаги шартнома, асосий таъсис ҳужжати бўлиб хизмат қилади.

Низомда нимага асосланиб корхона тузилмоқда эканлиги, унинг қисқача ёки тўлиқ номи кўрсатилади. Ҳўжалик фаолияти мақсади аниқланади ва мақсадни қандай йўллар билан амалга ошириш вазифалари, яъни гадбиркорлик фаолияти йўналишлари, шунингдек, лицензия олиш лозим бўладиган кўринишлари белгиланади, корхона мажбуриятлари белгилаб қўйилади.

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

Амалдаги қонулар асосида корхона ҳақ-ҳуқуқлари дивиденттўлаш ва даромадни тақсимлаш тартиби низомда кўрсатиб берилиши лозим.

Шунингдек, Низомда корхона бошқаруви, унинг олий органи белгиланган бўлади.

Агар корхона шерикчилик, ширкатчилик, ҳиссадорлик асосида ташкил этилаётган бўлса, унда раҳбар кенгаши ёки бошқарма Олий ташкилоти бўлиши мумкин. Бунда корхона умумий мажлиси ёки конференция қарори билан расмий ва раҳбар шахслар, уларнинг корхона фаолиятини самарали йўналишларда мақсадни амалга ошириш вазифалари ва ваколатлари белгиланади. Корхона раҳбари, унинг муовинлари ва бошқа аъзоларининг вазифа ва ҳақ-ҳуқуқлари аниқланади. Корхона тафтиш ҳайъати аъзоларини сайлаш ва унинг вазифалари, иш қўғозлари олиб боришга бўлган талаблар кўрсатиб берилади. Таъсис шартнома жамоа томонидан корхона ташкил этишнинг шарт ва шароитларини аниқ кўрсатиб берган бўлиши лозим. Унда ҳар бир қатнашчининг маблағ қўшишдаги улуши аниқ кўрсатилган бўлади.

Таъсис шартномада қуйидагилар ўз аксини топган бўлиши лозим:

- корхона тузишда томонларнинг розилиги;
- корхона мақсади, фаолият йўналишлари;
- юридик шахс ҳақ-ҳуқуқларини эгаллаш шароитлари;
- низом маблағлари ва унга эгаллик ҳуқуқи;
- манфаатлар ва низоларнинг ҳал этилиш тартиби;
- корхона ишчиларининг ҳуқуқ, мажбурият ва бурчлари;
- даромадни тақсимланиши;
- заҳира фондини ташкил этиш;
- корхона аъзоларининг овозлари сони;
- бошқарув органи;
- корхона фаолиятини тўхтатиш шarti;
- шартномани кучга киритиш шарт-шароитлари.

Корхона Низоми ва таъсис шартнома лойиҳаси умумий мажлисда кўриб тасдиқланади ва тегишли баённома тузилади.

2.5. Корхонани ташкилий расмийлаштириш

Давлат рўйхатидан ўтказилганидан ва тadbиркорлик фаолиятига рухсат этилгандан сўнг, корхона раҳбарияти думалоқ муҳрига ва бошқа муҳрларга буюртма бериб, олиши банкда ҳисоб рақами очтириши, солиқ инспекцияси, аҳолини ижтимоий ҳимоялаш фонди ва бандлик хизмати марказидан рўйхатдан ўтказиши шарт.

Думалоқ муҳр ва бошқа босқиларни тайёрлатишга буюртма беришдан олдин корхона жойлашган манзили тумандаги ички ишлар бўлимига, корхонанинг рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги ҳокимият қароридан кўчирма (нотариал идорадан тасдиқланган ҳолда), ҳокимият тасдиқлаган муҳр ва бошқа босқиларни нусхалари чизмасидан икки нусха топширилади. Ички ишлар бўлими ёзма равишда, чизмаларга эса керакли ёзув ва муҳр билан тасдиқланган ҳолда уларни тайёрлатиш учун рухсатнома беради.

Муҳр ва босқиларни тайёрлаш учун буюртмага иш юзасидан ёзишув учун махсус бланкни ҳам нусхасини қўшиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Кейинчалик бу бланк Давлат патент идораси томонидан берилади; тан тadbиркорлик тизимини товар тақдирлаш белгиси билан тўлдирилиши мумкин. Харидор ва шериклар билан кредит ҳисоб-китоб муносабатларини ташкил этиш учун банк муассасасида ҳисоб рақами очилади. Қайси банкдан ҳисоб рақами очиши тadbиркорнинг ўз хоҳишига кўра бўлади. Албатта, иқтисодий аҳоли барқарор ва манзили тadbиркор учун қулай бўлган банкдан ҳисоб рақами очиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Банкга ҳисоб рақами очиш учун: ариза ҳокимият тасдиқлаган Низом, таъсис ҳужжатлари, нотариус тасдиқлаган имзо намуналари, муҳр ва босқилар билан тасдиқланган карточкалар, ҳокимият рўйхатидан ўтганлиги ҳақидаги қарордан кўчирма, солиқ инспекциясидан рўйхатдан ўтганлиги ҳақидаги қарор маълумотномаси тақдим этилади.

Банк муассасаси тadbиркорга ҳисоб рақами очади, унинг рақамини корхонанинг низомига (асл нусхасига) ёзади ва бош ҳисобчининг имзоси қўйилиб, банкнинг гербли муҳри босилади. Корхонанинг вақтинчалик муҳри бўлмаса, банк муассасаси рақам — соҳибига муҳр тайёрлаш учун маълум муддат беради ва бу вақт ичида ҳисоб-китобнинг пулли ҳужжатлари муҳрсиз берилишига рухсат бериши ҳам мумкин.

Ҳисоб рақамига нақд пул билан келадиган тушум ва нақд бўлмаган ҳолда келадиган маблағни ҳисобга ўтказиш, банкдан нақд пул олиш, ҳисоб рақамидан таъминловчига пул ўтказиш, кредит олиш ва бошқа масалалар шартнома асосида, корхона ва банк муассасаси

томонидан ҳал этилади. Корхонанинг бошқа корхона, ташкилотлар, баъзи тadbиркорлар билан бўлалиган алоқаларидаги ҳисоб-китоб ишлари шартнома бўйича белгиланади.

Шунингдек, юридик шахс бўлмаган тadbиркор ҳам банк муассасасида ҳисоб-китоб, кредит ва касса операцияларини олиб бориш учун ҳисоб рақамини очиши мумкин. Бунинг учун ариза, тadbиркорнинг давлат рўйхатидан ўтганлиги ҳақидаги гувоҳномасидан ва ўз имзосидан нотариал идора тасдиқлаан нусха ва яна солиқ идорасидан рўйхатда турганлиги ҳақидаги маълумотнома бўлиши керак.

Тadbиркор ўз ҳисоб рақамидан фойдаланиши нотариус тасдиқлаган ишонч қоғози орқали бошқа шахсга бериши мумкин.

Бордию тadbиркор вафот этса, тadbиркорлик фаолиятини амалга ошириш бўйича мажбуриятлар унинг меросхўрига ўтади. Бунда унинг номига очилган ҳисоб рақамини бошқатдан расмийлаштиришга тўғри келади. Меросхўр қонуний равишда ўз фаолиятини бошлашдан олдин банк муассасасига ҳисоб рақамини ўз номига қайта расмийлаштириш ҳақида ариза, нотариус тасдиқлаган ўз имзоси намунаси бўлган карточка ва меросхўрлик ҳақидаги ҳужжат топишириши керак.

Тadbиркор ҳисоб рақамда бўлган пул қоллиғидан фойдаланганлик учун банк унга шартномада белгиланган маълум фоиз тўлайди.

Барча тadbиркорлар яшаш жойидаги аҳолини ижтимоий ҳисоялаш ва банглик хизмати марказидан рўйхатдан ўтишлари лозим. Бунинг учун улар бу ташкилотларга белгиланган тартибда керакли ҳужжатларни топширишлари лозим, сўнг уларга керакли хабарномалар тақдим этилади..

III МАВЗУ. БОЗОРНИ ЎРГАНИШ. МАРКЕТИНГ

3.1. Бозорни турлаш ва таҳлил қилиш

Маркетинг фанининг асосий объектлари: бозор, истеъмолчи, товар (хизмат), баҳо, товар харакати, реклама, сотиш ва уни рағбатлантириш ҳисобланади. Бу иқтисодий категорияларни комплекс равишда ўрганиш ва тадқиқ қилиш маркетинг фани методологияси ва услубини мазмунини ташкил этади.

Бозор - ўзига хос ижтимоий-иқтисодий муносабатлар жараёни бўлиб, унда товарлар ва хизматлар айрбошланади, ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчилар манфаатлари тўқнашади ва бир-бири билан келишади. Ўзининг иқтисодий моҳиятига кўра бозор-товар муомаласи (айрбошлаш) доираси бўлиб, у орқали товар қиймати сотилиши ва шу билан бирга унга сарфланган меҳнат ҳаражатларининг жамиятда тан олинishi таъминланади. Бозорлар маркетинг нуқтаи назаридан "Сотувчилар бозори" ва "Харидорлар бозори"га бўлинади. Биринчисига, товарлар ва хизматлар камчил, уларга сотувчилар хоҳлаган баҳоларини қўяди, талаб таклифга қараганда анча юқори бўлади. Бундай бозор мамлакат иқтисодиётида ва аҳоли турмушида жуда кўп номутаносибликлар ва ҳар хил салбий ҳолатлар натижасидир. Иккинчи бозорда, товарлар ва хизматлар тўкин-сочинлиги, талаб ва таклиф орасида мувозанат ўрнатилганлиги туфайли, асосий эътибор харидорни топишга ва унга қулайликлар яратишга қаратилади.

Маркетинг, сотилаётган товарларнинг истеъмол қийматига кўра бозорларни: истеъмол товарлари бозори; хизматлар бозори; ишлаб чиқариш воситалари бозори; сармоялар бозори ва бошқаларга бўлиб ўрганади.

Аҳолининг шахсий эҳтиёжларини қондирувчи ва ҳаёт кечирishi учун уй-рўзгорини жиҳозлаш мақсадида харид қилинувчи озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат маҳсулотларини олди-сотди муносабатларини мажмуини ўз ичига оладиган бозор-истеъмол товарлари бозори дейилади. Улар ўз навбатида махсус бозорларга озиқ-овқат, кийимлар, хўжалик, маданий моллар ва бошқаларга бўлинади. Бу бозорларнинг моддий-техника асоси инфраструктураси бўлиб: улгуржи савдо базалари, дўконлар, ошхона, чойхона, дорихона, деҳқон бозорлари ва барча чакана савдо-сотиқ билан шуғулланаувчи шохобчалар ҳисобланади.

Хизматлар бозори-аҳоли маиший, маориф, тиббий, техник, комунал, маданий, алоқа, транспорт, консалтинг, инженеринг, лизинг ва бошқа хизматлар кўрсатиш бўйича олди сотдг муносабатларини ифодалайди. Истеъмол товарлари ва хизматлар бозорларининг ўхшашлиги шундаки, улар тўғридан-тўғри инсонлар эҳтиёжларини қондиришга қаратилган.

Ишлаб чиқариш воситалари бозорида қишлоқ хўжалик, саноат корхоналари ва халқ хўжалигининг қолган барча тармоқлари муассасаларининг таъминоти учун зарур бўлган дастгоҳ, хом ашё, жиҳоз ва хилма-хил керакли товарлар олди-соттиси ташкил этилади. Бу бозорни бизнинг мамлакатда “Ўзулгуржибиржасавдо”си тизими миқёсида ташкил этилмоқда.

Сармоялар (қимматбаҳо қоғозлар) бозори бирламчи ва иккиламчи гуруҳларага бўлинади. Биринчисида корхона ва бирлашмалар ўзларининг янги қимматбаҳо қоғозларини жойлаштирадilar. Иккинчисида эса олдиндан чиқарилаги қимматбаҳо қоғозлар олди-соттиси бўйича битимлар тузилади.

Маркетинг вазифалари-корхона ҳаракат қилаётган ички ва ташқи муҳитни таҳлил қилиш; бозор ва истеъмолчиларни, рақиблар, рақобат ва товарларни ўрганиш; янги товарларнинг моҳиятини аниқлаш; маркетинг тадқиқотлари асосида товар ишлаб чиқаришни, товарлар ҳаракати, сотиш ва хизмат кўрсатишни режалаштириш; баҳо сиёсатини белгилаш ва амалга ошириш; маркетинг дастурини ишлаб чиқиш ва бажарилишини уюштириш; маркетингни ахборат билан таъминлаш; маркетингни бошқариш жараёнларини ўз ичига олган тамойиллар ва қонунлар ҳақида билимларини шакллантиришдан иборат.

Аммо маркетинг ўз вазифасини товар ишлаб чиқаришнинг асосий иқтисодий қонуни-“Талаб ва таклиф қонуни”нинг бозор амалиётида кўриниши ва ижросини таъминлаш воситаси сифатида бажаради. Бу қонун - талаб ва таклифнинг диалектик бирлигини, уларнинг ўзаро боғлиқлигини, ўзаро ҳаракатини ва объектив равишда мувозанатга интилишини аниқлатади.

Агар бозор мувозанати-яъни талаб ва таклифнинг миқдорий ва таркибий жиҳатидан бир-бирига мувофиқлиги таъминланса-“Талаб ва таклиф қонуни” сезилмайди. Аммо мувозанат бузилса, уни тиклаш бўйича қонун воситаси- маркетинг ишга солинади. Ўз вақтида талаб ва таклиф ўзаро бирлигини ва алоқадорлиги ҳақида талаб-таклифни аниқлайди ва аксинча, таклиф талабни туғдиради. Талаб ва таклиф муносабатлари жуда катта иқтисодий аҳамиятга эга бўлиб, улар мувозанатининг бозорда таъминланиши-давлат ёки регион миқёсида меҳнатнинг қанчалик ижтимоий ишлаб чиқариш ва ноишлабчиқариш соҳаларига тўғри-муноносиб равишда тақсимланганлигининг тошторозиси ҳисобланади. Халқ хўжалиги тармоқлари ёки соҳалари орасидаги муноносибликнинг озгини бузилиши, талаб ва таклифга қаттиқ таъсир кўрсатади ва ўз навбатида, бозор мувозанатини бузилишига олиб келади. Шу давирда, маркетинг ёрдамида талаб ва таклиф орасидаги, яъни бозор конюктурасидаги ўзгаришлар таҳлил қилиниб, уларнинг яна мувозанатга эришиш тадбирлари ишлаб чиқилади ва амалга оширилади.

Маркетинг асосини харидорларнинг эҳтиёжларини, талабларни аниқлаш, уларнинг сотиб олиш имкониятларни ҳисобга олиш, талаблар

ва имкониятларга мувофиқ товарларини ихтиро қилиш ва аниқ истъмолчилар учун маҳсулот ишлаб чиқариш ташкил этади.

Маркетингнинг моҳиятини яна яхшироқ тушуниш учун албатта, унинг вужудга келиш тарихини ўрганиб чиқиш керак. Америкалик маркетингшунос олим Филипп Котлер унинг вужудга келишини 3 босқичга бўлади:

Биринчи босқич-Маркетинг иқтисодийётнинг бир бўлаги сифатида ажралиб чиқиб, ўзида тақсимот системасини ифода этиш билан характерланади.

Иккинчи босқич-Маркетинг бошқариш ҳақидаги таълимот сифатида намоён бўлиб, тақсимотни фирма нуқтан назардан қараб, бошқариш системасини такомиллаштиришни ўзининг вазифаси деб ҳисоблайди.

Учинчи босқич-Маркетинг асосий эътиборини бу босқичда айрибошлашдаги иккала томонга, яъни ишлаб чиқарувчи ва истъмолчининг ҳаракатини тартибга солишга қаратади.

Маълумки, XX асрнинг бошларига келиб капиталистик мамлакатларда ишлаб чиқаришнинг ҳажми ортиб борди, фан ва техника ривожланиши натижасида товарлар ассортиментни ҳам кўпайтиб, товарларни реализация қилишда қийинчиликлар вужудга кела бошлади. Ана шундай иқтисодий шароитда АҚШ нинг бир неча университетларида сановатчиларни, бизнесменларни ва савдогарларни ўқитадиган маркетинг курслари ишлай бошлади.

Биринчи марта «Маркетинг» атамаси 1905 йилда университетларда ўқитиладиган курсларни номлашда қўлланилади.

1926 йилда АҚШда Маркетинг ва реклама миллий уюшмаси ташкил топди, кейинчалик уни негизида Америка Маркетинг жамияти барпо этилди, бу жамият 1973 йили Америка Маркетинг уюшмаси (А.МУ) номини олди. Бир оз кейинроқ бундай уюшма ва ташкилотлар Фарбий Европа мамлакатлари ва Японияда ҳам пайдо бўлди.

XX асрнинг 20-йилларидан бошлаб бозордаги назият ўзгара бошлади. Ишлаб чиқариш ялпи тус олди. Маҳсулотлар кўриниши ва технологияси қисман ўзгартирилган ҳолда кўплаб ишлаб қақарила бошланди. Рақобат курашининг асосий шакли нарх рақобатига айланди.

Шу сабабли кейинги ўн йилликларда сановатчиларнинг кўпгина бўғинлари учун харажатларни камайтириш, самарадор технологияни жорий қилиш, ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш чиқимларини камайтириш йўлида доимий кураш олиб бориш муваффақият гарови бўлиб қолди.

Маркетинг ривож тарихида 1950-йиллар муҳим босқич бўлди. Ортиқча маҳсулот ишлаб чиқариш таълиғини Фарбий Европа ва АҚШдаги мавжуд бозор муносабатлари йўриғидаги нуқсонларни яққол очиб берди. Ишлаб чиқариш ва маҳсулотни сотиш шарт-шароитлари бошқарувини жиддий қайта ўзгартиришни тақозо қилди. Америка ва Фарбий Европада иқтисодий қайта ўзгартиришларни амалга оширишда

ижтимоий бозор муносабатлар дастури қабул қилинди. Бу дастур аҳолини ижтимоий ҳимоялашни кучайтириш, бинобарин, ҳар бир кишига меъёрида тарикчилик кечирish учун шарт-шароит яратилишига кафолат беришга интилишни аңлатар эди.

Ғарбий Европа ва Японияда маркетинг ғоялари АҚШга қараганда сустроқ жорий қилинди. Аммо 1960-йилларнинг охирига келиб улар маркетинг амалиётини тезкорлик билан ўзгартиришга киришдилар ва бу борада муҳим ютуқларга эришдилар. Маркетинг аънавий савдо-сотиқ усулларидан фарқли ўлароқ аниқ мақсадларни кўзлайди, хўжалик вазифаларини эса яққол ифодалайди: корхона шундай сифатли маҳсулот тайёрлаши лозимки, уни сотиш қулай бўлсин.

Дарҳақиқат маҳсулот ишлаб чиқарилгани билан у албатта фойда келтиради деган маъноий ҳали асло билдирмайди. Илгари хўжалик раҳбарларининг вазифаси асосан ҳам ресурсларини ишлаб чиқариш талаблари билан мувофиқлаштиришдан иборат эди, яъни корхона ўзи хоҳлаган маҳсулотни ишлаб чиқарар ва ҳамма эътиборни уни сотишга қаратади. Маркетининг мақсади эса бозорнинг мавжуд ва келгусида эҳтимол туғилган имкониятларини аниқлаш ва сифат жиҳатидан тўғри баҳолашдан, сўнгра унга таяниб, бутун кучни ўз маҳсулотига бўлган қизиқиши ва эҳтиёжни кучайтиришича, харидорга маҳсулотни, шунингдек кўрсатилган тегишли хўзмет турини танлаш имконини яратган ҳолади, маҳсулотни сотишга қаратишдан иборат. Шундай қилиб 1950-йилларнинг ўрталаридан бошлаб маркетинг бозор концепцияси таризда бошқаришда форманинг фақат бозор стратегиясини ҳам белгилайдиган етакчи вазифага айланди. Маркетинг хўзмати фирманинг асосий бошқариш маркази, бозор, ишлаб чиқариш, илмий-техника ва молиявий фаолияти масалалари бўйича ахборотлар ва тавсиялар манбаи бўлиб қолди. Маркетинг хўзмати ижтимоий талаб ва бозор конъюктураси ҳолати ҳамда ўзгаришларини батафсил таҳлил қилиш асосида у ёки бу товарни ишлаб чиқариш зарурати, истиқболи ва фойдадорлиги, ишлаб чиқариш дастурларини моддий-техник жиҳатларидан таъминлаш имкониятлари, тўғрисидаги масалаларни ҳал этади.

Ҳозирги даврда жаҳон иқтисодиётида индустрия даври ахборот даврига ўрин бўшатиб бермоқда.

Бу давр АҚШ, Япония, ГФР ва бошқа Европа мамлакатларига етиб келди. Сингапур, Тайван, Жанубий Корея унга яқин. Тез ўзгарувчан бозор шароитлари, нархсиз рақобат усулларининг ривожланиши, ишлаб чиқариш юксак даражада чаққон мосланувчан. Яқка истеъмолчига мўлжалланган, ҳажми кичик бозор соҳалари, бозор сегментлари ва айрим «сўқмоқ» ларнинг кўплиги унга хос хусусиятларидир. Айни пайтда ишлаб чиқаришнинг ихтисослашуви шундай даражада етадики, бир бозорнинг оралиқ сегментларида бўш макон жуда кам қолади. Натижада бозор рақобати янада шиддатли тус олади. Аммо бу жараён нарх омили негизда эмас, балки рақобатнинг

янада такомиллашган усул ва шакллари пайдо бўлиши натижасида юз беради.

Маркетинг фаолиятини ўрганишда, микро ва макро қисмларга ҳам бўлинади. Микромаркетинг деганда фирма (корхона) миқёсидаги бозор фаолияти тушунилади. Макромаркетинг-концерн, ассоциация, вазирликлар даражасидаги бозор муносабатларининг ечимини топиш демакдир. Корхоналар таминотидан асосан "МИКС" маркетинг элементи, уларнинг юқори ташкилотлари эса кўшма инвестиция сиёсати, баҳо таркибини бошқариш, НИОКРни молиявий таъминоти, давлат бююртмалари, солиқлар ва бошқалар билан шуғулланади.

3.2. Маркетинг тадқиқоти мақсад ва вазифалари

Маркетинг асосий тамонлари — бу бозорни билиш, бозорга мослашиш ва бозорга таъсир ўтказишдан иборатдир. Маркетингнинг асосий вазифаси — бозор концепсиясининг стратегия ва тактикасини ишлаб чиқишдан иборат. Энг умумий кўринишда маркетинг стратегияси корхона имкониятларини бозор талаблари даражасига мослаштиришдир. Тактика деганда эса стратегик мақсадларга эришиш учун маркетингнинг аниқ йўналтирилган маркетинг принциплари ва вазифаларига мувофиқ иш кўрган корхона бозорга нисбатан фаоли маррада туради. Корхона харидорни кутиб ўтирмайди, балки бозорни батафсил ўрганади ва шунга мувофиқ равишда ишлаб чиқариш борасида муҳим қарор қабул қилади, айна пайтда истеъмолчиларни ўз товарини харид қилишга оғдиради ва шу иккала томон учун иложи борича энг самарадор фойдали тақсимотни таъминлайди. Маркетингнинг умумий принциплари ва вазифаларига қараб, фаолиятнинг аниқ йўналишлари, асосий маркетинг фаолиятининг мазмуни белгиланади. Уларнинг орасида энг муҳимлари: бозорни шунингдек маркетингни қўллаш билан боғлиқ масалаларни комплекс равишда ўрганиш; маҳсулот асортиментини риежалаштириш; талабни ва савдога рағбарт берадиган тадбирларни шакллантириш; савдо ва тақсимот, маркетинг фаолиятини бошқариш ва назорат қилиш.

Маркетингнинг умумий ва махсус мақсадлари мавжуд. Маркетинг умумий мақсадлари:

-истеъмолчининг товар ва хизматларга бўлган талабларини тўлароқ қондириш;

-аҳолининг турмуш даражасини кўтариш билан боғлиқ бўлган товарлар ва хизматларни истеъмол қилишни яхшилаш учун рағбатлантириш услубларини кенгайтириш;

-истеъмолчиларга кенг асортиментли товарлар ва хизматларни тақлиф қилишдан иборат.

Маркетингнинг махсус мақсадлари:

-аҳоли турмуш даражаси сифатини ошириш;

-бозорда фирмамавқеини ошиб боришини барча тадбирларда кўзда тутиш;

-фирма ҳақида истемолчилар орасида яхши фикрлар сақланиб қолиши бўйича изланишлар олиб бориш;

-фирмаларга кўпроқ янги бозорларни эгаллаш йўл-йўриқларини кўрсатишдир.

Одатда маркетинг тизимида ишлашга ўтган корхона ва ташкилотлар маркетинг фаолиятининг жами томонларини бажаришга интилмайдди. Хатто жаҳондаги энг йирик корпорациялардан бири бошқаришнинг бозор концепциясини биринчилардан бўлиб қабул қилган «Женерал моторс» фирмаси ҳам маркетинг фаолиятининг барчасини амалга оширишга имконият топа олмаган. Сабаби ишлаб чиқарувчиларнинг кўпчилигида зарур молиявий ресурслар йўқ, ёки муайян фаолиятни самарали амалга оширишга кичиклик қилади, шу боис улар ахборотлар тўлаш ва таҳлил этишда махсус реклама агентликлари ва тадқиқот ташкилотлари хизматларидан фойдаланишни афзал кўради.

Маркетинг фаолиятининг яна бир бошқа белгиси мақсадлар ўзгармаган ҳолда уларнинг мазмуни миқдос ва фаолият турлари нуқтаи назаридан муттасил янгиланиб туриши мумкин. Янги, такомиллашган иш усуллари ва анъанавий фаолиятни амалга ошириш йўллари узлуксиз равишда ишлаб чиқади. Шу сабабли ҳозирги адабиётларда маркетинг фаолияти кўламининг белгилаш ва уни тавсифлашда турлича қарашлар мавжуд. С.В. Кандифор ва Р.Р. Стилл, масалан, маркетинг фаолиятини фаол равишда тушуниш усулини таклиф этадилар. Улар маркетинг фаолиятининг тўққизта асосий соҳаси (вазифаси)ни кўрсатиб ўтадилар.

1. Режлашатириш ва маҳсулони яратиш;
2. Маҳсулотнинг стандарт ва навларини белгилаш;
3. Маҳсуло тхариди ва уни гуруҳлаштириш;
4. Сотиш;
5. Омборларга жойлаш;
6. Транспорт хизмати;
7. Маркетинг фаолиятини молиялаш;
8. Хавф-хатар;
9. Бозорга оид ахборотларни тўплаш.

Режалаштириш ва маҳсулотни яратиш фаолиятининг жорий этилиши (биринчи фаолият соҳаси) масалани янада замонавийроқ тушуниш, корхонанинг эътибор марказида турган, моддий бойликлар ва хизматлардан привовардида бахраманд бўлиувчиларга нисбатан фаол муносабатда бўлишнинг эътироф этиш демакдир. Маҳсулотнинг талабга мослашуви узлуксиз жараён ҳисобланади, чунки маҳсулот турлари эскиради, шунинг учун ҳам уларни истеъмолчиларнинг долзарб эҳтиёжларига тадрижий суръатда мувофиқлаштириб бориш ва янги маҳсулотларни яратиш лозим. Акс ҳолда корхона бозорни назорат қила олмай қолади. Шу муносабат билан бозорни узлуксиз ўрганиш ва унга мослашиш энг муҳим ишлардан бири бўлиб қолади. Натижада корхонани бошқариш тизимида маркетингнинг аҳамияти ортиб боради,

маркетинг ва уни олиб бориш билан шуғулланадиган ташкилий бирликлар режалаштириш ва янги маҳсулотларни яратиш, сотиладиган товарлар асортиментга ёки таклиф этиладиган хизматларига ўзгаришлар киритиш масалалари бўйича қарорлар қабул қилишда етакчи мавқеда туради. Уларнинг стандартлар ва маҳсулот навларини жорий қилиш фаолияти (иккинчи фаолият соҳаси) шундан иборатки, ташкилий бирликлар истеъмолчилар талабига мувофиқ келадиган қабул қилинган техникавий кўрсаткичларга жавоб берадиган маҳсулот сифатини, стандарт ёки намуналарини белгилайди. Стандартлар ва товар навларига мувофиқ маҳсулот ҳажми, ранг ва сифати белгиланади.

Маҳсулотларни стандартлаштириш товарларни ишлаб чиқариш ва сотиш осонлаштиради, таклифни талаб билан янада аниқроқ мувофиқлаштиришга ямқон беради.

Учинчи фаолият соҳаси—маҳсулотларни харид қилиш ва гуруҳлаштиришдан иборатдир. Маҳсулот қаерда ишлаб чиқарилганлиги ёки қай даражада ихтисослашувига боғлиқ бўлмаган ҳолда уни провард истеъмолчига еттиб боришга қадар сотишга тайёрлашдан иборат. Бу вазифани ҳар хил воситачилар бажаради, аммо ишлаб чиқарувчи айрим воситачиларнинг шунингдек товарларнинг привовард истеъмолчилари эҳтиёж ва феълини жуда аниқ билиши лозим. Маҳсулот тайёрловчи бевосита харидор даражасида фикрлаши зарур, акс ҳолда бозорни назорат қила олмай қолади.

Тўртинчи фаолиятни ташкил этадиган сотишни Е.В.Кандифор ва Р.Р. Стилл фикрича кенг маънода олди-сотди, ишидан ташқари, истеъмолчиларни излаш, талабни шакллантириш, шунингдек маҳсулот олувчига маслҳат бериш ва бошқа хизматларни ҳам ўз ичига олади. Бу ўринда гап харидорнинг эътиборини жалб этадиган, товар ҳақидаги унга тегишли ахборот берадиган рекламакЮ кўргазма, намойишхона ташкил этиш, маҳсулотни ўраш-жойлаш, букюрутма йиғиш, турли асбоб-ускуналарнинг ўрнатиш, ундан фойдаланиш, уни сақлаш ва тузатишда харидорга ёрдам тариқасида миҳозларга хизмат кўрсатиш каби фаолият ҳақида бормоқа. Бешинчи ва олтинчи фаолият, товарларнинг тақсимоли, уларнинг ва замондаги ҳаракат билан боғлиқ ҳолда товарларни омборларга жойлаш ва ташишга дахлдор хизматларни ўз ичига олади. **Еттинчи фаолият**—маркетинг фаолиятини молиялаш ҳолларда кредитлар олишни ёки уларни савдо ёки банк кредити тақдим этишни талаб этади. Ғарб мамлакатларида ҳар йили маркетингга юзлаб миллиард доллар маблағ сарфланади. Америка иқтисодчиларининг маълумотларига кўра бундай харажатлар хиссаси кўпгина товарлар привовард нархининг ярмини ташкил этади.

Навбатдаги саккизинчи фаолият—хавф-хатар хўжалик фаолиятининг таркибий қисми ҳисобланади. Хавф-хатар бозордаги иштирокчиларнинг бирдан киинчисига кўчиб туриш ва суғурта битишувлари йўли билан икки томон учун суғурта предметига айланиши мумкин, масалан тегишли биржа ёки аукцион келишувлари. Ниҳоят, ёнгин ёки сув

офати, омборларга жойлашда товарларнинг бузилиши ёки ташишда нест-нобуд бўлиш оқибатида туғилган хатар тегишли суғурта харажатларини тўлайди. Аммо шундай хатар холлари ҳам борки, уларни бошқа муассасага ўтказиш ёки уларнинг олдини олиш мумкин эмас. Талаб ўзгаришини ана шундай хатарга киритиш мумкин. Бундай вазиятда бозор ҳақидаги маълумотлар асосида тузиладиган прогнозлар зарур.

Тўққизинчи фаолият, бозор ахборотини тўплаш — бу Е.В. Кандифор ва Р.Р. Стилл тузумининг сўнги соҳаси. Бозор ахбороти шу муайян моддий бойлик ва хизматларга талаб даражасини, унинг жойлашуви ва атрофлича тафсилотини билишга бозорнинг айрим қисмлари, унинг ўзига хос томонлари, талаб даражаси ва йўналишларини ўрганишга имкон беради. Шунингдек рақиблар таъсирини, уларнинг фаолият соҳалари ва режалаштираётган ниятларини таҳлил этиш ҳамда тўғри қарорга келишини муайян даражада осонлаштиради ва ана шу асосда маҳсулотни режалаштириш ҳамда амалда товарни яратиш ташкил этади.

Шундай қилиб, бозор ахборотини тўплаш ва талқин этиш вазибалари билан маркетинг фаолияти ҳам бошланади, ҳам ниҳонсига етади. Худди мана шунда унинг фаолиятидаги ўзига мослик намоён бўлади. Биз ёқорида санаб ўтган фаолиятларнинг ҳар бири ўзича муҳим, аммо уларнинг мажмуи ва ўзаро алоқадорлиги маркетинг принципларини муваффақиятли амалга ошириш учун зарур шарт-шароитни таъминлайди. Бошқаришнинг бозор концепциясидан иборат маркетингни бир-бирдан ажратиб қолган ҳаракатларнинг кетма-кетлиги тарзида эмас, балки ўзаро узвий боғланган ягона жараён тарзида тушуноқ дозим. Унинг ҳар бир фаолият соҳасида серқирра маркетинг тизимнинг таркибий қисми бўлиб, бошқаришнинг бозор концепцияси умумий дастурда аниқ бир вазифани қатъий ҳал этиш учун хизмат қилади.

Маркетинг фаолиятининг барча турларини ёритишда, унинг умумий талабалри ва вазибаларини сақлаб қолган ҳолда бозорда сотилаётган товарлар истеъмолқийматларидаги кескин фарқланиш ҳисобга олинади.

Шунинг учун ҳам маркетинг фаолияти таркибида энг аввало истеъмол товарлари маркетинги, хизмат маркетинги ва ишлаб чиқариш воситалари маркетинги алоҳида ўрганилади.

Маркетинг тизими фаолиятининг ўзига хос томони ва асосий шарт-шароити, стратегияси ва тактикасининг шаклланиши маркетинг тадқиқотлари билан белгиланади. Маркетинг тадқиқотлари, фирма ютуқларининг ҳал қилувчи омиллари ва уларнинг кутилмаган тасодифларини ҳисобга олган ҳолда имконият истиқболларини аниқлаш борасидаги тадқиқотлар ва уни амалга ошириш шакллари мажмуидир.

Маркетинг тадқиқотлари тўғрисида қатор тарифларни келтириш мумкин: “Маркетинг тадқиқотлари деганда моддий бойликлар ва

хизматлар олди-сотдисидаги битишувлар билан бирга боғлиқ бўлган маълумотларни мунтазам тўплаш, ёзиб бориш ва таҳлил этишни тушунилади” Америка Маркетинг Уюшмаси (АМУ).

Ф.Котлкр фикрича, маркетинг тадқиқотлари- бу моддий бойликлар ва хизматлар муомаласи соҳасида қарорлар қабул қилиш ва уларни назорат қилиш жараёнларини такомиллаштириш мақсадида мунтазам ҳолда муомоларни таҳлил этиш, асосий қондаларини яратиш ва маълумотлар жамғаришдир. В.Б.Ватц ҳам шунга яқин тарифлайди. Унга кўра маркетинг тадқиқотлари раҳбариятнинг бозор масалари буйича қарорлари таянадиган ахборотларни излаш ва таҳлил этишдан иборат деб қарайди. Бу қарорлар маҳсулот, нархлар стратегияси, маҳсулот сотишни жадаллаштириш ва тақсимот масаларини қамрайди. П.Е.Грин, Д.С.Тулль маркетинг тадқиқотларини маркетинг соҳасида бир хиллаштириш ва қарор билан боғлиқ бўлган ахборотларни мунтазам изаш тарзидаги фаолият деб изоҳлайдилар.

Келтирилган таърифларга таяниб қуйидаги хулосани қилиш мумкин: Биринчидан, бозорни бошқариш соҳасида оптимал қарор ҳамиша бозор жараёнинг ривожланиши йўналишларини ва қонуниятларини, шунингдек, маркетинг соҳасидаги фаолиятта бозор кўрсатиши эҳтимоли бўлган жавоб таъсирларини таҳлил этиш асосида қабул қилинади. Иккинчидан, маркетинг тадқиқотлари таркиби унинг мақсад ва вазифалари билан белгиланади, ўзаро боғлиқ бўлган икки томон бўлишини тақазо этади. Учинчидан, маркетинг тадқиқотларининг мақсади ҳам қуйидаги асосий саволларга жавоб олишдан иборатдир. Бу саволлар қуйидагилар:

1. Нимани қанча ва қачон ишлаб чиқариш керак?
2. Маҳсулотни қайси бозорда жойлаштириш керак?
3. Истеъмолчиларнинг илгариги маҳсулотларни ва бозорга янги киритилаётган маҳсулотларни қабул қилишларини олдиндан қандай кўра билиш мумкин?
4. Маҳсулотни сотишни жонлантиришни қаерда ва қандай бошламоқ лозим?
5. Тақсимот йўллари қандай қилиб тўғри танлаш мумкин?
6. Маркетинг тадқиқотларига сарфланган харажатларнинг самарадорлигини баҳолашда қайси мезонларни қабул қилиш мумкин?

Бозор муаммоси комплекс характерга эга бўлиб, қўйилган масалалар бозордаги вазиятни белгилайдиган омилларнинг ҳар хил аҳамиятга эгаллиги, аммо ўзаро боғлиқлигида, хўжалик фаолиятининг бирор соҳасида учрашида намоён бўлади. Шу сабабли маркетинг фаолияти таъсир кўрсатадиган соҳа комплексмаркетинг тадқиқотларининг бир қисми ҳисобланади.

Фирма аниқ бир бозорни тадқиқ этиш ҳамда бозорга чиқиш ва у ерда мустақкам ўрин эгаллаш учун ўз имкониятларини тадқиқ этиш бозорни тадқиқ этиш ва фирма фаолиятини тадқиқ этишдан иборат

икки гуруг таркибига кирган йўналишлардаги тadbирлар асосида амалга оширилади.

Бозорни тадиқ эиш қуйидаги тадқиқотларни юритиш орқали амалга оширилади:

- бозорнинг умумий шароитларини ўрганиш ва таҳлил этиш;
- талабни таҳлил қилиш;
- истеъмолчиларнинг товарга бўлган талабларини таҳлил қилиш;
- бозорнинг ривожланиш истиқболларини таҳлил қилиш;
- тармоқ тадқиқотлари;
- рақобатни тадқиқ этиш;
- савдо шакли ва усулларини тадқиқ этиш;
- ҳаракатларнинг имконият ҳамда қийинчиликларини таҳлил қилиш ва уларнинг фойдадорлигини кўтариш.

Фирма фаолиятини тадқиқ этиш қуйидаги тадқиқотларни юритишнинг тақазо этади;

- ишлаб чиқариш-савдо фаолиятини якуналарини таҳлил қилиш;
- стратегия таҳлили;
- ташкиллий тузилмани таҳлил қилиш;
- молиявий томонларни таҳлил қилиш;
- маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини таҳлил этиш;
- фирманинг рақобатбардошлигини таҳлил этиш;
- фаолиятнинг кучли ва заиф томонларини, ишни яхшилаш имкониятларини аниқлаш.

3.3. Маркетинг тадқиқоти асосий вазифалари

Аниқ бозорни тадқиқ этиш, унга чиқиш ва у ерда мустахкам ўрин эгаллаш учун корхоналар ўз имкониятларини тадқиқ этади.

Маркетинг тадқиқотлари тижорат тадқиқотларидан иборат бўлиб, бир қатор тадқиқотлар мажмуини ўз ичига олади.

1). Бозор тадқиқотлари:

-бозор ҳажминини аниқлаш, уни ривожини йўналишлари ва мавсумийлиги;

-бозор субъектларинини, бозордаги савдо шакли ва усулларини ўрганиш;

-истеъмолчилар таркиби ёши, минтақалар бўйича жойлашуви, ижтимоий ҳолати, жинси, оила таркиби, харидорлик ҳуқуқи ва кутилаётган силжишларни эътиборда тутиб аниқлаш;

-бозор структурасига таъсир кўрсатилган умумиқтисодий ва бошқа омилларни таҳлил қилиш;

-маҳсулот сотишни ва бозордаги умумий савдо суммасида унинг географик ва демографик солиштирма ҳиссасини, тақсимот каналларини типи, товар обороти ҳажми ва нарх структураси нуқтаи назаридан таҳлил этиш.

2). Товарни тадқиқ этиш:

-мўлжалга олинган янги товарни таҳлил этиш, синаш учун танлаш, истеъмолчиларга мувоффиқлиги, товарларни физик хусусиятилари ва тафсилотлари, ўраш ва жойлаш хоссалари;

-рақобатчиларни рақобат товарларини ютуқ ва камчиликларини таҳлил қилиш;

-ассортимент таркибини соддалаштириш имкониятларини ўрганиш;

-маҳсулотлар ассортиментини жаъми бозордаги ёки истеъмолдаги мавжуд рақобатчи маҳсулотларга нисбатан тўлиқлигини назарда тутиб таҳлил қилиш;

-ишлаб чиқариладанган маҳсулотларни қўллаш ва ишлатишни янги усулларини излаш;

-қўшимча хизмат кўрсатиш масалаларини ўрганиш;

3). Савдони тадқиқ этиш:

-айрим худудлар бўйича сотилган маҳсулот ҳажмидаги фарқларни аниқлаш. Савдо худудларини белгилаш ва уни қайта кўриш; янги худудлардаги қўшимча имкониятларни тадқиқ этиш;

-савдо ходимларини иши самарадорлигини таҳлил қилиш; савдо ходимларининг корхона обрўси ва унинг рақобатчилари тўғрисидаги фикрларни ўрганиш;

-савдо ва кўргазма ўтказиш усуларини таҳлил этиш ва баҳолаш;

-товарлар ҳаракати усуллари, тақсимот тармоғи йўлларини тадқиқ этиш;

-чакана савдо тармоқлардаги товарлар захираларини рўйхатдан ўтказиш;

4). Ўз корхона яширин имкониятларини тадқиқ этиш;

-корхона хўжалик фаолияти яқунларини таҳлил қилиш; молиявий аҳволни баҳолаш, фирма инфратузилмаси, бевосита капитал қўйилмалар ҳажми ва жойлари тўғри маълумотлар, иқтисодий ва илмий тадқиқот қувватини баҳолаш;

-фирма маҳсулотларини рақобатбардошлигини таҳлил этиш;

-корхона рақобатбардошлигини таҳлил этиш ва рақобат имкониятларини баҳолаш.

5). Рекламани тадқиқ этиш;

-реклама тарқатиш воситаларининг самарадорлиги ва қиёсий қийматини таҳлил этиш;

-истеъмолчининг жавоб ҳаракатларига таъсир кўрсатадиган омилларни таҳлил этиш;

-реклама мурожати, реклама дизайни, тасвири ва уни тайёрлаш ишларини ўрганиш;

-реклама ишини ташкил этишни ўрганиш;

6). Мўлжалларни таҳлил этиш:

-келажак ва даврий-оралиқ мақсадларни амалга ошириш юзасидан олиб бориладиган тадқиқотлар.

Мўлжаларининг характерига кўра уларни ўрганиш бўйича ўтказиладиган тадқиқодлар таркиби турли йўналишларда бўлиши мумкин.

7). Ташқи маркетингни тадқиқ этиш.

Келтирилган тадқиқот фаолиятлари тадқиқотлар рўйхатининг асосийлари чегарасини бир қадар ойдинлаштиришга имкон беради.

Маркетинг тадқиқотида энг кўп тарқалган тадқиқот турлари ичда талабни ўрганиш ёки маркетинглар атамаси билан айтганда «истемолчини таҳлил этиш» муҳим ўрин тутуди. Истемолчини таҳлил этиш - бозорлар ҳолатини тадқиқ этишдаги биринчи босқич ҳисобланади. У уч таркибий қисимдан% бозор сигментацияси; истемолчи талаби сабабларини ўрганиш; қондирилмаган эҳтиёжларни аниқлаш. Бозор сигментацияси талабни қондиришга табақаланган ҳолда ёндашувга, товарларнинг турлари ва моделларига сифати ва миқдорига кўра ҳар хил талаб қўядиган истемолчиларни гуруҳларга ажратишда турли мезонлар қўллашга асосланади, яъни бозор бир жинисли ҳодиса тарзида эмас, балки айрим айрим сигментлар мажмуи тарзида, ҳар бир сигмент доирасида алоҳида ўзига хос бир талаб намоён бўладиган ҳодиса тарзида олиб қаралади.

Маркетинг тадқиқотларини ўтказишнинг турлари ва усуллари. Фойдаланиладиган ахборотлар тартиби, уни олиш усуллари ҳамда ўтказиш услублари жиҳатидан маркетинг тадқиқотларини бир неча турга бўлиш мумкин.

«Кабинет» тадқиқотлари расмий босма ахборот манбалари асосида амалга оширилиб, улар мавжуд ахборотни тартибга солиш, кейинги маркетинг тадқиқотларига зарур бўладиган маълумотлар доирасини аниқлашда фойдаланилади, умумхўжалик конъюктураси ҳолати ва айрим бозорлар тараққиёти йўналишлари, айрим мамлакатлардаги иқтисодий эҳволи, ўрганиладиган масалалар бўйича статистик маълумотлар тўғрисида умумий тасаввур беради. Ички фирма материаллари, ҳисобот ҳужжатлари, ҳукумат муассасалари материаллари, институтлар ва нотижорат ташкилотлари маълумотлари ахборот манбалари бўлиб хизмат қилади. Бу тадқиқотлар орқали ғоят қисқа мудатларда қизиқтирган масалалар бўйича жавоб олиш имкони мавжуд.

Бозорни ўз жойида ўрганиш - энг мураккаб ва нисбатан қimmatга тушадиган, амма тўлиқ ахборот олишнинг энг самарали усули бўлиб - «жой» тадқиқотлари ҳисобланади. Унинг афзаллиги бевосита яқинликда бозорнинг талаблари, савдо тартиб-қоидалари, сотиш усуллари, нарх ва бошқа жуда кўп шартлар билан хар томонлама танишиш имконини беришидадир. Харидорларнинг фирма маҳсулотларига бўлган талаб ва истакларини аниқ ривожлантиришда ҳамда раҳбарият томонидан бозорда нарх, товар сотиш, реклама ва бошқалар бўйича фаолият олиб бориш йўналишларини ишлаб чиқишда «жой» тадқиқотлари ҳулосаларини эътиборга олиш имконият яратади.

Синов сотувчи усуллари бозор ҳақида зарур маълумотлар йўқлигида, шунингдек фирманинг бозорни ҳар томонлама ўрганишга вақти бўлмаганда тадқиқ этилаётган бозор учун янги ва ноёб товарларни сотишда қўлланилади.

Тўғридан-тўғри (шахсий) савдо алоқалари фирма вакиллари ўртасида ўзаро бориш-келиш, халқаро ярмаркалар, аукцион, товар биржаларида ва бошқаларда учрашишлар натижасида қарор топади. Бундай мулоқатларда сотувчи вакил сифатида харидорнинг маслаҳатчисига айланади. Вакил таклиф этилаётган товарнинг жами фазилат томонларини, товарнинг харидор эҳтиёжларига мувофиқлигини кўрсатишга интилади, фойда кўриш имкониятларини қидиради. Харидорнинг эътироз ва таклифлари ҳамда тўпланган тажрибалар асосида маркетинг тадқиқотлари бўлимлари учун ишлаб чиқарилаётган маҳсулотни такомиллаштириш ва унинг рақобатбардошлигини кўтариш масалалари бўйича таклифлар тайёрлайди.

Товарларнинг рақобатбардошлигини баҳолашда 3 босқичдан иборат тадбирлар мажмуи амалга оширилади.

I-босқич - бозорни таҳлил этиш ва қиёслаш мақсатида энг рақобатбардош намуна-товар танлаш.

Бунда, намуна ўта тўғри танланиб, товар мансуб бўлган товар гуруҳидан, шу бозорга хос, кенг доирада истемолчилар этиборини қозонган бўлиши лозим.

II-босқич - иккала рақобат қилувчи товарда қиёсланадиган томонлар мажмуини белгилашдан иборат бўлиб, рақобатчи товарлар харидорлар эҳтиёжларини қай даражада қондира олиши, ҳамда харидорнинг келажагидаги талабларига қай даражада жавоб бера олиши эътиборга олиниши муҳим ҳисобланади.

Бу босқичда товарнинг рақобатбардошлиги 3 ҳил мезонлар асосида амалга оширилади.

1). **Техникавий (қатий) меъёрлар.** Унда товарнинг қайси тур (синифга) мансублиги тавсифланади. Масалан, двигатели 60 от кучидан 90 гача бўлган автомобиллар техникавий имкониятлари тавсифланади ва хоказо.

2). **Меъёрий мезонлар.** Бунда товарларнинг давлат, халқаро, минтақа ёки бошқа талаб чегараларини тартибга солиниб турадиган меъёрлар, стандартлар, қоидаларга мувофиқлиги аниқланади. Патент-ҳуқуқий масалалар ҳам меъёрий мезонларлар тоифасига киритилади.

3). **Ўзгарувчан техникавий мезонлар.** Бунда товарларнинг инсон организими хусусиятларига мувофиқ келишини, қулайлик, иш сифати, толиқиш тезлиги ва бошқаларни акс эттирадиган, хосиятлари товарларни гигиеник, физиологик, психологик, эстетик, экологик ва бошқа кўрсаткичлари бўйича тавсифланади.

III-босқичда - нисбий рақобатбардошликнинг интеграл кўрсаткичлари ҳисоблаб чиқилади. Тадқиқ қилинаётган товар ва намуна товар мезонларининг миқдорий кўрсаткичлари аниқланиб, ҳар бир мезон

муайян бирликларда - КВ., ММ. ва хоказоларда ифодаланган айрим қийматларда қўйланади. Бу қийматлар товарнинг истеъмолчи эҳтиёжларини қондирадиган бир қанча хоссаларда ўз ифодасини топиши аниқланади.

Рақобатбардошлик даражасини аниқлаш фақатгина товарлар билан чегараланиб қолмай, балки корхоналар, компаниялар, ҳатто мамлакатта нисбатан ҳам татбиқ этилади. Рақобатбардошлик серқирра тушунча бўлиб, унга жуда кўп омиллар таъсир кўрсатади.

3.4. Товар савдоси ҳаракати

Маркетингнинг энг муҳим ва ажралмас таркибий қисми маҳсулотни сотиш ва тақсимлашдир. Бунда ишлаб чиқарилган маҳсулотни истеъмолчига етказиш ҳал этилади. Кўпгина ҳолларда яқуний истеъмолчи ишлаб чиқарувчи корхона диққат марказида турмайди, аксинча, унинг ўрнини маҳсулот сотиб оладиган фирма эгаллайди.

Воситачи фирмалар (уларнинг ҳили жуда турли) ўзларининг алоқалари, тажрибаси, ихтисослашуви ҳамда фаолиятининг кенг кўлами билан ишлаб чиқарувчи корхоналарга уларнинг яқка ўзи қила олиши мумкин бўлганидан кўра кўпроқ нарса таклиф этадилар. Шу сабабли кўпчилик корхоналар ўз товарларини бозорга воситачилар орқали таклиф этадилар.

Тақсимот йўли товарнинг ишлаб чиқаришдан истеъмолчига қараб ҳаракат қиладиган йўлидир. Тақсимот йўли таркибий қисимлари қуйидаги вазифаларни бажаради:

- товар ва хизматларни бир жойдан бошқа жойга кўчириш;
- товар ва хизматга ёки ундан фойдаланиш учун мулк эгаси ҳуқуқини бериш;
- товарлар буюртмаси; хавф-хатарни ўз зиммасига олиш;
- учрашув ва музокаралар олиб бориш;
- бозор маълумоти таҳлили.

Тақсимот каналининг қуйидаги босқичлари мавжут:

1). Ноль босқичли канал - корхона ишлаб чиқарган товарларни истеъмолчига тўғридан тўғри ўзларининг фирма дўконлари орқали етказадива хоказо.

2). Бир босқичли канал - ишлаб чиқарувчи корхона, воситачи ва истеъмолчи бўлган канал.

3). Икки босқичли канал - ишлаб чиқарувчи корхона, иккита воситачи (улгуржи ва чакана савдогарлар) ва истеъмолчидан иборат бўлган канал.

4). Уч босқичли канал - Ишлаб чиқарувчи корхона, учта воситачи (улгуржи ва чакана савдогарлар ўртасидаги майда улгуржи (кўтарафуруш) ва истеъмолчидан ташкил топадиган канал.

Босқичлари кўп бўлган каналлар ишлаб чиқарувчи корхона учун уларни назорат қилиш имкониятларини пасайтиради. Кегинги пайтда тақсимот каналлари ўртасидаги келишмовчиликларни олдини олиш учун вертикал маркетинг тизими (ВМТ) юзага келди.

ВМТ шартнома муносабатлари билан боғланган мустақил фирмаларни ўз ичига олади.

Воситачилар бажарадиган вазифа ва хизматлар ғоят кўп бўлиб улар қаторига қуйидагиларни киритилади:

- сотишни ташкил этиш ишларини бажариш;
- траспартировка, юкни сугурталаш;
- савдо ҳаракатларини молиялаш;
- сотишдан кегинги техниквий хизмат кўрсатиш;
- бозор тўғрисида ахборот тўплаш ва уни тақдим этиш.

3.5. Реклама ва савдо- сотиш рағбатлантириш

Товарларни ассортиментни, истеъмол хусусиятилари, уни истеъмол этишнинг усуллари тилан таништириш олди-сотди юз бериши учун қулай шароит яратади. Товар ва хизматлар рекламаси шу вазифани бажаради.

Америка Маркетинг уюшмаси таърифига кўра: Реклама бу ғоялар, товарлар ва хизматларни уларнинг яшироқсиз аниқ буюртмачи ҳисобига тақдим этиш ва олға суришнинг турли шаклидир. Маркетинг тамойилларига кўра, реклама билан боғлиқ фаолият тадқиқотлари юритиш орқали бошланади.

Тадқиқотлар уч асосий йўналишда боради.

1). Истеъмолчиларни ўрганиш. Корхона ва рақиблар товарларини истеъмолчилар қандай қабул қилиши ва харидор ҳақида қарор қилинганда у товардан қандай самарага умид боғлашини ойдинлаштиришга ёрдам бериш.

Бозорни ҳар қандай реклама берувчи учун аҳамиятли бўлган ҳар қандай омилга асосан сегментлаш мумкин. Улар географик, демографик, руҳий омилларнинг ҳар хил кўриниши бўлиши мумкин. Миллий, маданий анъаналарни инобатга олиш реклама ва товарларни ўрашда рангларнинг миллатлар рамзий хусусиятларини инобатга олиш муҳимдир. Масалан, яшил ранг - Мисир миллий ранги бўлганидан, оқ ва қора ранг - Японияда мотам ранги бўлганлиги учун товарларни ўрашда ишлатилмайди. Қизил ранг испан тилига мансуб бир қатор мамлакатларда ўлим рамзи ҳисобланади.

2). Товар таҳлили - товарларни муҳим ҳислатларини ва сифатини истеъмолчиларга тушунарли бўлган тилда ифодалаш имкониятига эга бўлади.

3). Бозорни таҳлили - реклама берувчига фойдадор бозорларни аниқлаш, бу бозорларни потенциал сифimini аниқлаш ва шунга асосан ўз ҳаракатини турини турли бозор зоналари ўртасида, уларнинг

потенциал сифимизга муносиб тарзда тақсимлаши мумкин. Шу билан корхона рекламага қилинган харажатларни иложи борича кўпроқ қоплашга эришади:

Бозорни таҳлил қилишдаги асосий омилларга - хуудларнинг иқлим шароитидаги фарқларни, аҳолининг анъаналари, урф-одатлари, истаклари, аҳолининг тўпланиши, қишлоқ ва шаҳар бозорларининг ўзига ҳос томонлари киритилади.

Бунда корхона тармоқ, чакана савдо фирмаларининг савдо статистикаси маълумот ва ахборотларидан фойдаланади.

Реклама ишининг кегинги босқичи - эъдон ёки хабарномалар тарқатиш бўлиб, унинг тарқатиш усуллари жуда хилма-хил бўлади:

а). Бевосита реклама - шахсан топширилаётган, реклама маълумотлари. Уларга хабарнома хатлар, варақа ва хоказо почта орқали жўнатиладиган реклама хабарлари киради.

б). Матбуот орқали реклама - газета, журналларда, ихтисослашган тармақ журналларда ва бошқаларда эъл қилиш.

в). Нашр қилинадиган реклама - лайихалар, каталоглар, буклетлар, плакатлар, откўртка ва бошқалар.

г). Экран орқали реклама - кино, телевидение, слайд орқали тарқатилади.

д). Ташқи реклама - йирик плакатлар, электронлаштирилган пано, товарлар қўйилган экран витриналар ва шунга ўхшашлар.

е). Транспорт орқали реклама - транспорт воситалари сиртидаги ва ичидаги элонлардан иборат.

ж). Савдо жойидаги реклама - магазин витриналари, савдо залидаги пилншетлар, белгилар, товар белгилари тасвири билан безатиладиган идишларга жойлаш.

з). Ёдгорлик маллари орқали реклама - ручкалар, сақич, турли папкалар ва бошқалар.

Кўргазма, ярмаркалар орқали тижорат томоша тадбирларини амалга ошириш рекламанинг ўзига ҳос усуллардан ҳисобланади. Бу усулнинг ўзига хослиги шундаки - товарларнинг ҳақиқий қиёфаси ва хусусиятлари намоиш этилади.

Рекламанинг усуллари ва воситалари бир-бирини тўлдиради ва ўзаро бир-бирига ёрдам беради.

Товар сотишни рағбатлантириш усуллари уч гуруҳга бўлинади.

1). Маҳсулот сотишни харидорларга нисбатан рағбатлантириш - Товарни олдиндан келишилган шартларда сотиб оладиган фирмага катгароқ тижорат фойдасини таклиф қилишдан иборат. Бунга товарлар нархида имтиёз бериш, тўловни кечиктириш, бошланғич тўловни бўлмаслиги ва хоказолар мисол бўла олади.

2). Товарларни янги моделини чиқаришга ўтиш, янги навбатдаги мавсумнинг бошланиши билан боғлиқ ҳолда нархларнинг кескин пасайтириш орқали маҳсулот сотишни рағбатлантириш. Бу ҳақида оммавий ахборот воситаларида аҳоли кенг хабардор қилинади. Бу тадбир

воситачилар (агент ва дилерлар)ни товарни максимал рағбат билан сотишга ундайди, харидорлар доирасини кенгайтиради. Хусусан. Воситачиларга бепул ёки имтиёзли шартларда товар сотишдан олдин ва сотишдан кейинги хизмат кўрсатиш учун махсус жиҳозлар, кўчма сервис шохобчалари, устахоналар етказиб берилади, сотиладиган нархдан ташлама берилади ва хоказо.

3). Сотувчиларга - магазинлар, намоёниш заллари ходимлари ва бошқаларга нисбатан товр сотишни рағбатлантириш - бу ходимларни маҳсулот сотишда юқори кўрсаткичларга эришишларига қаратилган усул бўлиб, унда пул мукофатлари, қўшимча татил бериш, корхона ҳисобидан саёхатлар уюштириш, қимматли совғалар бериш амалга оширилади. Маънавий рағбатлантириш шаклларига ҳам бефарқ бўлмаслик мақсадга мувофиқдир. Чунки ходимни бундай рағбатлантириш ғақидаги хушхабарни ходимлар ўртасида тарқатиш ваунинг оила аъзоларига етказиш орқали амалга оширилади.

IV боб. ТАДБИРКОРЛИҚДА МОЛИЯВИЙ МУНОСАБАТЛАР

4.1. Молиянинг моҳияти ва молиявий муносабатлар йўналишлари

Пул маблағларининг шаклланиши ва ҳаракати билан боғлиқ бўлган муносабатлар молиявий муносабат бўлиб ҳар қандай талбиркор ўз олдига қўйган мақсадига ва фаолияти давомида молиявий ресурслардан тўғри фойдаланиш ва самарали ишлатиш орқалигина эришади.

Агарда давлат корхоналарида молиялаштириш, бюджет ҳисобидан амалга оширилса, хусусий тadbиркорлар асосан, яъни зарур бўлган маблағнинг 60-65% ни ўзларини маблағлари ҳисобидан амалга оширадilar.

Молия ресурслари деганда турли фондлар шаклидаги пул маблағлари ифодаланиб, уларнинг шаклланиши асосан қуйидаги манбалар асосида амалга ошади:

1. Хусусий тadbиркорларнинг ёки шерикларнинг устав фонди асосидаги қўйган маблағлари;
2. Фаолияти натижасида келатган тушумлар;
3. Кредит.
4. Давлат томонидан дотация, субсидия, компенсациялар.

Молиявий ресурсларнинг ҳаракати қуйидаги молия воситалари асосида амалга ошади:

сарф-харажатлар, фойда, амортизация, акция курси, дивиденд, солиқлар, тўловлар, бож ҳақи, сугурта ҳақи, субсидия, дотация, компенсация ва шу кабилар.

Фирмалар молия муносабатлари 2 йўналишда боради: 1) ички молиявий алоқалар; бунда ҳосил бўлган пул ресурсларини фирма ўз жамоаси доирасида тақсимланиб ишлатилиши;

2) ташқи молиявий алоқалар; бунда пул маблағлари ҳаракатидаги алоқалар, бошқалар билан яъни, банк, биржа, ҳокимият, ҳамкор фирмалар молиявий идоралари билан амалга оширилади.

Фирма ўз ихтиёрида бўлган пул маблағларини ўз хўжалик фаолиятларини молиялаштириш ва ташқи молиявий мажбуриятларини бажариш учун ишлатадилар.

Фирмаларнинг даромадлари қуйидаги манбалардан юзага келиши мумкин:

- олинган фойда;
- амортизация ажратмаси;
- акция ва облигацияларни сотишдан тушган пул тушуми;
- олинган қарз;
- сугурта тўлови
- сотиб олинган ўзгаларнинг акция ва облигацияларидан келадиган

даромад;

- давлат томонидан бериладиган молиявий ёрдам.

Фирма олган ўз даромадларини қуйидаги йўналишларда тақсимлаши, фойдаланиши мумкин:

- банкка ундан олган қарзини ва фоизини тўлаш учун;

- солиқлар тўлаш;

- турли фондларга тўловлар;

- сугурта пулини тўлаш;

- реинвестицияга, яъни маблағни бир қисмини хўжалик фаолиятини янада ривожлантириш учун сарфлайди;

- ишчи-хизматчиларни мукофотлаш, уларнинг социал эҳтиёжлари учун фондлар ташкил этишга;

- шунингдек фирмалар ўз даромадлари ҳисобидан, ўзгалар акция, облигацияларини сотиб олиш, турли хайрия ишларини амалга ошириш, хомийлик қилиш учун ҳам пул маблағлари ажратишлари мумкин.

Банklar молия-кредит муассасаларининг асосий бўғини ҳисобланиб, мустақил хўжалик субъекти сифатида фаолият юритади. Банklar тизими икки босқичли бўлиб:

1. Давлат марказий банки, бу янги пул банкнотларини эмиссияси, бошқа банкларни назорат қилиш билан шуғулланади, давлатнинг пул-кредит сиёсатини амалга оширади. Корхона ва ташкилотлар билан тўғридан-тўғри иқтисодий муносабатда фаолият юритмайди.

2. Махсус ва тижорат банклари, жисмоний ва ҳусусий шахсларга турли хил банк хизматларини кўрсатувчи банклар. Масалан: Инвестиция банки, Халқ банки, Саноат -қурилиш банки, Тадбиркор банк, Трест банк, Ташқи иқтисодий алоқа банки, Ипотека банки (Кўчмас мулк бўлган ер, иморат, банкларни гаровга олиш асосида соуда берувчи банк) ва ҳоказо.

Ривожланган давлатларда ҳозирги кунда тижорат банклари миқозларига 200 хилдан ортиқ турли хизматлар кўрсатмоқдалар. Булар масалан,

- турли корхоналар, ташкилотлар, муассасалар ва аҳолининг вақтинча бўш бўлган пул маблағларини ўзида жамлаш;

- кредит (ссуда) бериш;

- тадбиркорликда зарур маблағларни молиялаштириш;

- касса хизмати (яъни нақд пул бериш) ва инкассациялаш (яъни, кундалик пул тушумларини жамлаб сақлаш);

- берилган кредит маблағларини мақсадли ишлатилишини молиявий назорат қилиш;

- корхона, ташкилотлар ўртасида нақд пулсиз ҳисоб-китоблар ишларини амалга ошириш;

- ҳисоб-китобларни чет эл пулида амалга оширишни ташкил этиш;

- векселларни ҳисобга олиш;

- савдо-воситачилик фаолияти билан шуғулланиш;

- акция ва облигацияларни сотиш, сотиб олиш;

- лизинг хизматлари;
- факторинг хизматлари;
- консалтинг хизматлари;
- аудит хизматлари.

Банк ўз операцияларини 2 йўналишда актив ва пассив операциялар кўринишида амалга оширади.

2000 йилнинг 2 ноябрида Вазирлар Маъжамасининг “Лизинг шартлари асосида қишлоқ хўжалигини техника билан таъминлаш чоратadbирлари тўғрисида”ги 424-сонли қарори қабул қилинди. Қарорга мувофиқ, эндиликда қишлоқ хўжалик корхоналари ва механизациялашган трактор парк(МТП)лар Молия вазирлиги ҳузуридаги “Қишлоқни қишлоқ хўжалик техникалари билан таъминлашни дашлат томонидан рағбатлантириш Жамғармаси”, АТ “Пахтабанк” (молиявий агент), “Ўзқишлоқхўжаликмашлизинг” компанияси (тижорат агенти), “Ўзагросуғурта” компанияси (суғурта агенти) иштирокида анча қулай лизинг шартлари асосида техника ҳамда қишлоқ хўжалик машиналарини ижарага олиш имкониятига эгадир.

Лизинг олувчилар (қишлоқ хўжалик кооперативлари, МТПлар ва фермер хўжаликлари) “Ўзқишхўжмашлизинг” компаниясига ўзлари оладиган техникалар қийматининг 15 фоизини аванс кўринишида, қолган 85 фоиз тўловларни ва лизинг фоиз тўловларини 7 йил давомида тўлайдилар ва ушбу техникаларни суғурталаш мақсадида “Ўзагросуғурта” компаниясига ўз маблағлари ҳисобидан суғурта тўловларини амалга оширадилар. Техникаларнинг 85 фоизлик қиймати “Ўзқишхўжмашлизинг” компаниясига Молия вазирлиги ҳузуридаги Жамғарма томонидан берилган маблағлар ҳисобидан тўланади.

Лизинг бир вақтнинг ўзида молиялаш ва янги технологияларни харид қилиш масалаларини ҳал этиб, айланма маблағларни тўлдириш ҳамда бошқа эҳтиёжлар учун маблағларни озод қилиш имконини берувчи ноанъанавий молиявий воситалардан биридир. Лизинг атамаси инглизча сўздан олинган бўлиб, мулкни вақтинчалик ижарага бериш маъносини англатади.

Лизинг - бу мулкни харид қилишни молиялашдан иборат ижара муносабатларининг тўловлардан бири бўлиб, бунда лизинг берувчи лизинг олувчи субъектнинг топшириғига биноан учинчи томон, лизинг объекти ишлаб чиқарувчи (сотувчи) билан ундан ўз маблағлари ҳисобига лизинг олувчи учун мулк сотиб олиш тўғрисида шартнома тузиш мажбуриятини олади. Айни пайтда лизинг олувчи субъект зиммасига юқоридаги шартномага биноан лизинг берувчига лизинг тўловларини тўлаш мажбурияти юкланали.

Лизингнинг оддий ижарадан асосий фарқи шундаки, лизингда ижарага берилган асбоб-ускуналар шартнома муддати тугагандан сўнг, уларни қолдиқ қиймати йиғиндисида сотиб олиш кўзда тутилиши мумкин

Лизингни фарқлантирувчи хусусиятларидан яна бири шундаки, лизинг берувчиларда лизинг операцияларини амалга ошириш учун ўз маблағлари етишмайди. Шу сабабли, кўпчилик лизинг операция-ларида жалб қилинган маблағлар кенг қўлланилади.

Лизинг операцияларининг ўзига хос хусусиятлари мавжуд бўлиб, қуйидагилардан иборат:

- мижоз лизинг ускуналарини етказиб берувчи субъектни ўзи мустақил белгилайди;

- лизинг объектлари(техника, технология, ускуна ва жиҳозлар) лизинг мулкни сотувчига маълум бўлган ҳолда тузилган ёхуд тузилаётган лизинг шартномаси асосида сотиб олинади;

- лизингга берилаётган ускунанинг жами қиймати, ёки унинг катта қисми - амортизациясини ҳисобга олувчи лизинг шартномаси асосида даврий тўловлар амалга оширилади.

Юқорида баён қилинганлардан лизингнинг қуйидаги шартларини аниқлаш мумкин: сарф этилган маблағнинг қайтарилиши, лизинг хизматларининг тўловлиги, лизинг операциясининг муайян муддатта мўлжалланганлиги. Мамлакатимизда ишлатилган техника ва ускуналар бозорининг ривожланмаганлиги боис юқоридагиларга қўшимча равишда яна бир шарт-лизинг тўловларининг таъминланиши (кафолатланиши) зарурлигини ҳам таъкидлаб ўтиши лозим.

Таъминлашнинг асосий турларига мулк ёки қимматбаҳо қоғозлар кафолати, кафиллик, банк кафолати ва бошқа ликвидли кафолат турлари киради.

Бугун биз Ўзбекистонда лизингнинг ҳуқуқий асослари тўлиқ шаклланиб бўлганлигини ишонч билан айтишимиз мумкин. Ўзбекистон Республикасининг Фуқаролик кодекси лизинг шартномасининг мазмунини, лизинг субъектлари ҳамда уларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятларини, шунингдек, лизинг муомалаларида иштирок этаётган субъектларнинг жавобгарлигини, лизинг объектларини белгилаб беради.

Лизингда одатда уч томон иштирок этади. Ўз мулкни лизинг шартномаси асосида фойдаланиш учун ижарага берувчи субъект биринчи томон ҳисобланиб, у лизинг берувчи деб аталади. Ўзбекистон Республикасининг Фуқаролик кодексига биноан, лизинг берувчи субъект деб, мулкни келгусида лизинг олувчига лизинг шартномаси асосида бериш мақсадда сотиб олинган субъект эътироф этилади. Лизинг берувчилар банк ёки унинг бўлими, лизинг операцияларини амалга ошириш учун махсус тузилган молия лизинг битимларини молиявий таъминлашдан ташқари барча номолиявий хизматлар мажмуини, жумладан хизмат кўрсатиш, мулкни таъмирлаш, хизмат кўрсатувчи ходимларни ўқитиш ҳамда уларга маслаҳат бериш ва бошқа шу каби вазифаларни бажарувчи махсус лизинг компанияларидир.

Тадбиркорлик фаолиятида фойдаланиладиган, қайта ишлашга мўлжалланган, айна чоғда узоқ муддат ичида ўзининг дастлабки

кўринишини сақлаб қолган ҳолда аста-секин эскирадиган ҳар қандай мулк тури, лизинг объекти бўлиб хизмат қилади.

Амалиётда мулкдан фойдаланиш ва у билан боғлиқ амортизация, мажбуриятлар (хизмат кўрсатишнинг) ҳажми, лизинг операцияси иштирокчиларининг сони, мулк тури ҳамда бозор сектори ва лизинг тўловларининг хусусиятига қараб, лизингнинг хилма-хил турларини учратиш мумкин.

Молиявий Лизинг - у ўз моҳиятига кўра лизинг объектнинг барча қийматини тўлашни тақазо этади. Бунда лизинг асосида эгалик қилиш ҳамда фойдаланиш мақсадида ижарага берилётган мулкнинг муддати тўлиқ амортизация муддатига яқинлашади. Лизинг шартномаси амал қилаётган муддат мобайнида лизинг берувчи ташкилот лизинг тўловлари воситасида мулкнинг барча қийматини ўзига қайтарибгина қолмай, балки бундан фойда ҳам олади. Бунда лизинг объектига хизмат кўрсатиш ҳамда уни суғирталаш билан боғлиқ барча мажбуриятлар лизинг олувчи зиммасига юклатилади.

Оператив лизингда ускуна (мулкый ҳуқуқлар)ни тўлиқ амортизация давридан кам муддатга берилиши билан фарқланади ва лизинг берувчининг барча харажатлари ўрнини тўла қопламайди. Шу муносабат билан лизинг берувчи ўз сарф харажатларини ва кўзланган фойдани олиш учун бу мулкни лизинг шартлари асосида бир неча маротаба ижарага беришга мажбур бўлади. Лизинг объектига эҳтиёж бўлмаган ҳолда лизинг мулкни қайтадан лизингга бера олмаслик хавфи ортади. Шунинг учун оператив лизинг ставкаси молиявий лизингга нисбатан анча юқори бўлади. Шундай қилиб оператив лизинг молиявий лизингга қараганда қисқа вақтга берилади (оператив лизингга 3-5 йилга бўлса, молиявий лизингга 5-10 йилга ижарага берилади).

Лизинг бозор секторига боғлиқ ҳолда куйидаги турларга бўлинади:

- лизинг шартномасининг барча иштирокчилари бир давлат вакили бўлган ички лизинг;
- лизинг шартномасида камда бир иштирокчи хорижий давлат вакили бўлган халқаро лизинг.

Халқаро лизинг, ўз навбатида иккига - экспорт (хорижий томон лизинг олувчи) ҳамда импорт (хорижий томон - лизинг берувчи) лизингларига бўлинади.

Лизинг операцияси ёрдамида Лизинг олувчи субъектлар учун:

- эскираётган техника, ускуна ва жиҳозларни энг замонавийлари билан алмаштириш имкониятлари туғилади;
- бир вақтнинг ўзида ҳам замонавий технология сотиб олинади, ҳам ишлаб чиқариш кўлами кенгайди;
- сотиб олинаётган ускунанинг умумий қийматини бир пайтнинг ўзида тўлаш муаммосидан озод бўлади;
- лизингнинг оператив тури тадбиқ этилганда, мулкка солинадиган солиқдан озод қилинади;

- замонавий технологияни ишлатишдан ҳосил бўладиган фойданинг келиши тезлашади;

- ускуна қиймати, уни "Даромалга қараб буромад" тамойили асосида ишлатишдан ҳосил бўлган маблағлар ҳисобига тўланади;

- фойда солиғига тортиладиган солиқ базасини лизинг тўловлари суммаси даражасида камайтиради.

Лизинг берувчи учун эса:

- кўрсатилаётган хизматлар қўламини кенгайтириш ҳамда эски mijozлар билан ўрнатилган амалий алоқаларни узмаслик;

- янги mijozларни жалб этиш;

- ўз маблағларидан самарали фойдаланиш, шунингдек, қўшимча даромад олиш;

- mijozнинг тўловга ноқобиллиги оқибатида келиб чиқадиган зарарлар хавфини камайтиради.

Бугунги кунда қишлоқ хўжалигида хўжалик юритувчи субъектлар томонидан ўзаро тўловларнинг ўз вақтида амалга оширилмаслиги, ўз вақтида тўланмаган дебиторлик қарзлар ҳамда қишлоқ хўжалик корхоналари ҳисоб-китоблар тизимининг бирмунча тўлминланмаганлиги тўққинчи қилмоқда. Ушбу муаммоларни бартараф этиш Ўзбекистон Иқтисодий тўлов учун ғоят долзарбдир. Тўловлар соҳасидаги танглик ишлаб чиқариш ҳамда хизматларнинг деярли барча соҳалари ва тармоқларини қамраб олади. Бундай вазиятнинг чуқур объектив сабаблари бор. Бироқ микродаражада қишлоқ хўжалигидаги ҳар бир хўжалик юритувчи субъект вақтида тўланмаган дебитор-кредитор қарзларнинг олдини олиш ва қисқартириш борасида аниқ чора-тадбирлар ишлаб чиқиши ва амалга ошириши йўли билан тўловлар соҳасидаги тангликнинг оқибатларини муайян даражада юмшатиш мумкин ва керак. Бу борада тижорат банклари ҳам иштирок этишади.

Қишлоқ хўжалик корхоналарига хизмат кўрсатаётган тижорат банклари маълум шарт-шароитлар асосида ўз mijozларига ундирилмай келинаётган дебитор қарзлар туфайли етишмаётган айланма маблағлар ўрнини тўлдириш учун маблағ беришади. Бу банк амалиётида кенг қўлланиладиган факторинг хизмати орқали амалга оширилади.

Факторинг - бу банк-молиявий агентга хўжалик юритувчи субъект томонидан унинг харидор ва буюртмачига топширилган товарлари, бажарилган ишлари ва кўрсатилган хизматлари учун тўланмаган тўловларни талаб қилиш ҳуқуқини бериш шарти асосида хўжалик юритувчи субъектни молиялаш бўйича банк хизмати тури ҳисобланади. Яъни mijozнинг дебитор қарзларини талаб қилиш ҳуқуқини банк томонидан сотиб олинишидир.

Факторинг операциялари банклар томонидан mijoz билан тузиладиган шартнома асосида амалга оширилади. Бу билан Тўловчи томонидан банк-молиявий агент олдидаги пул мажбуриятларини бажарилиш муддати 90 кундан ошмаслиги керак.

Факторинг операциялари қуйидаги ҳолатларда амалга оширилмайди, яъни: бюджет ташкилотлари мажбуриятлари, жисмоний шахсларнинг қарз мажбуриятлари, тўловга қобилиятсиз деб эълон қилинган корхоналар, зарар кўриб ишлаётган корхоналар, ноликвид балансга эга корхоналар, капитал қўйилмаларни молиялаш, экспорт консигнация шартномалари, компенсацияли ва бартер битимлар, аванс ёки босқичма ишлар тўловлари, тўловчи ўзи олган маҳсулотини шартномада келишилган муддат ичида қайтариш ҳуқуқига, шунингдек, сотувдан кейинги хизмат кўрсатиш шартлари билан бўлган тақдирда олди-сотди шартномалари бўйича.

Ўз фаолиятида жараёнида талбиркор ўзида йўқ бўлган қўшимча маблағларга муҳтож бўлиши мумкин. Бу заруриятни у қарз олиш орқали ҳал этиши мумкин, лекин унда қарз берувчига кўчмас ёки ҳаракатдаги мол-мулкдан бир қисмини гаров сифатида топшириши керак бўлади. Бундан асосий мақсад олинган қарзни қайтариб беришни кафолатлашдир. Аксари ҳолатда қарз ва гаровга қўйилган мол-мулк нотариал идорада ҳужжатларширилган ҳолда расмийлаштирилади. Шундай ҳужжатга эга бўлган қарз берувчигина ўз вақтида қайтарилмаган пулини ундириш учун судга мурожаат эта олади. Айрим ҳолларда, расмий равишда ҳужжатлаш-тирилмасдан ҳам берилиши мумкин.

Шунингдек, гаровга қимматбаҳо қоғозлар жумладан акциялар ҳам қўйилиши умумкин. Бунда қарз берувчи томонидан гаровга олувчига қимматбаҳо қоғозларни олганлигига доир сертификат берилди ва қарзни қайтаргандан кейин акцияларини корпорация шу сертификат асосида қайта расмийлаштиришга ваколат олади. Сертификат (тасдиқловчи, гувоҳлик берувчи)да қарз ва қарздорлик шартлари акс эттирилган бўлади.

Гаровга олувчи қарздор олдида бир қатор ҳуқуқ ва бурчларга эга бўлади:

1) қарз олувчи киши вақтида қарзини қайтармаган ҳолда гаровдаги мулкни ишлатиши ёки сотиб юбориши;

2) қарздор қарзни тўлаши биланоқ гаровдаги мол-мулкни қайтариши;

3) гаровга олувчи қўшимча даромад олиш мақсадида гаровдаги мулкдан фойдаланиши мумкин: масалан, акциядан дивидент олиш, сигир туғса боласини олиб қолиши;

4) гаровга олувчи, агар шартномада бошқа ҳолат назарда тутилмаган бўлса, ўз ҳуқуқини бошқа бир кишига (цессинарийга) бериши мумкин;

5) гаровга олувчи гаровдаги мол-мулкни яхши тўлиқ сақланишига ғамхўрлик қилиши лозим.

4.2. Тадбиркорликни кредитлаш кўринишлари ва шартлари

Товар-пул муносабатлари такомиллашгани сари кредитлаш ҳам ўзига хос ривожланишга эга бўлмоқда. Кредит операциялари пулнинг тўлов воситаси функциясига асосланган.

Кредит деганда (лотин тилидаги *creditum* - ссуда, қарз) қайтариши ва одатда фойз тўлаши шarti билан пул ёки товар кўринишидаги ссудани тушуниш мумкин. Ссудани кредитор ва қарз олувчи ўртасида ҳаракатланиш жараёнида улар ўртасида маълум иқтисодий муносабатлар юзага келади.

Бозор иқтисодиёти шароитида кредитнинг роли ҳаддан ташқари ортиб кетди. У муомала ҳаражатларини иқтисод қилишда, ўртача фойдани шаклланиш жараёнида, саноат ва банк капиталининг йириклашуви ва марказлашувида, молия капитали ва молия-саноат гуруҳларини шаклланишида муҳим вазифаларни амалга ошира бошлади.

Такрор ишлаб чиқариш жараёнида маблағларнинг доиравий айланиш қонунияти кредитлашни ривожлантиришни зарур қилиб кўяди.

Хўжалик фаолияти жараёнида баъзи корхоналарда вақтинчалик пул маблағларига талаб юзага келади, яъни кредит зарурияти келиб чиқади, бошқаларда эса ортиқча пул маблағлари юзага келади.

Фирма ва бирлашмаларнинг ортиқча (бўш) пул маблағларига куйидагиларни киритиш мумкин:

1) амортизация фонди. Асосий капитални ишлаш жараёнида унинг қиймати янгитдан яратилаётган товарларга амортизация кўринишида ўтказилиб аста-секин йиғилиб боради. Бу жараён янги меҳнат воситаси сотиб олингунга қадар давом этади.

2) иш ҳақи фонди. Корхоналарда ишчи ва ходимларнинг иш ҳақи, одатда ойда икки марта тўланади.

Шунинг учун товарларни сотишдан тушадиган пул маблағларининг тушиш вақти ва иш ҳақини тўлаш вақти оралиғида бўш пул маблағлари юзага келади.

3) хом ашё, ёқилғи ва материалларни сотиб олишга мўлжалланган пул маблағларининг бир қисми тайёр маҳсулотларни сотиш вақти ва янги хом ашё, ёқилғи ва материаллар сотиб олиш вақтларининг мос келмаслиги натижасида пул кўринишида бўш бўлади.

4) жамғарма фонди. Жамғаришни амалга оширишнинг шarti бу фирма ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ бўлиб, жамғармани маълум миқдорга етказиш керак. Шунинг учун тадбиркорлар ишлаб чиқаришни кенгайтириш учун зарур бўлган пул кўринишидаги маблағни вақтинчалик жамғаришга тўғри келади.

5) махсус мақсадларга мўлжалланган фондлар. Бу фондлар фойдадан ажратмалар қисмини ҳисобига шаклланади ва йил давомида ходимларни моддий рағбатлантириш ва ижтимоий дастурларни амалга ошириш учун ишлатилади. Аҳолининг ҳар хил қатламларининг даромадлари ва жамғармалари ҳам кредит манбаи ҳисобланади.

Буларга асосан ер эгаларининг, тадбиркорларнинг ва меҳнатқашларнинг даромад келтирувчи активлари киради. Уларнинг

кичик маблағлари пул капитали ўрнини боса олмайди, лекин бу маблағлар бирлашиб катта пул маблағларига айланади. Ўз ишига эга бўлган аҳолининг жамғармаси, тадбиркорлар томонидан, кредит муассасалари орқали сармоя сифатида фойдаланилади.

Давлатда ҳам вақтинчалик бўш маблағлар мавжуд бўлади. Унинг пул жамғармалари кредитнинг муҳим ва асосий манбаи ҳисобланади. Бунга давлат бюджетининг даромад қисмининг харажат қисмидан ортқича қисми киради. Шу билан бирга давлат бюджетига маблағ келиб тушиши вақти билан унинг ишлатилиш вақти мос келмайди, шунинг учун миллий даромаднинг давлат бюджети орқали қайта тақсимланаётган бир қисми бўш бўлади ва кредит ресурсларнинг манбаини тўлдириши мумкин.

Шундай қилиб, фирмаларнинг, аҳолининг ва давлатнинг вақтинчалик бўш маблағлари кредитнинг асосий манбаи ҳисобланади. Улар - банклар томонидан жалб қилинади ва ссуда фондиди шакллантиради. Пул маблағларининг ҳаракатсиз ётиши эса тадбиркорликка тўғри келмади. Пул маблағларининг эгалари доимий равишда бу маблағларни фойдалироқ ишларга айлантиришга ҳаракат қиладилар.

Кредит ресурслари қуйидаги ҳолатларда зарур ҳисобланади:

1) асосий воситаларни молиялаштиришни амалга ошириш учун, капитал таъмирлашга ўтказиш учун, корхонани қайта қуриш учун корхоналарнинг ўз маблағлари манбаи (фойда, амортизация) -старли бўлмай қолганда;

2) айланма маблағини тўлдириш учун;

3) иш ҳақини тўлаш учун корхона тайёр маҳсулотини сотишдан маблағ келиб тушганига қадар маблағ старли бўлмай қолганда;

4) бир қатор тармоқларнинг мавсумий хом ашёларни шакллантириш (сотиб олиш) учун: масалан, снгил саноатда (пахтага пул тўлаш учун), озиқ-овқат саноатида (мева, сабзавот, дон ва шунга ўхшашлар сотиб олиш учун), ўрмончилик саноатида, қишлоқ хўжалигида (келаси йил ҳосили учун, баҳорги мавсум ишлари учун).

Кредитлаш жараёни қуйидаги принциплар асосида амалга оширилади:

1) кредитнинг муддатлилиги ва қайтариш. Бу принципда кредит белгиланган муддатга берилиши ва муддатнинг тугаши билан қайтарилиши лозимлиги кўзда тутилади. Қарзга олинган маблағни ўз вақтида қайтарилишини назорат қилиш банк назоратининг асосий элементи ҳисобланади. Банк муддат тугаши билан кредитни қайтариб олиш ҳуқуқига эга.

2) кредитнинг қайтарилишини моддий қийматлик ашёлар билан кафолатланиб таъминланиши. Бу принцип берилган кредит суммаси билан ишлаб чиқариш ва муомаладаги товар-моддий қийматликлар ўртасида маълум муносабат бўлиши талаб этади. Банк кредитини моддий

ашёлар билан кафолатланиши кредитни ўз вақтида қайтарилишига кафолат бўлади.

3) **кредитив мақсадга йўналтирилиши.** Корхонанинг бизнес режаси асосида кредитни нима мақсадда ишлатилиши кўрсатилган бўлади. Кредит мақсадга мувофиқ ишлатилиши лозим.

4) **кредитлашни табақалаштирилган ҳолда амалга ошириш.** Мажбуриятларни ўз вақтида бажарувчи ишончли фирма ва бирлашмалар кредит олишга имтиёзга эга бўлиши мумкин. Ишончсиз фирмалар учун баъзи кредитлаш кўринишлари чеклаб қўйилиши мумкин.

5) **фойдаланилган кредит учун тўловлик.** Фирма кредитдан фойдаланилганлиги учун белгиланган фоизни тўлайди. Иқтисодий моҳиятига кўра, фоиз қўшилган қийматнинг бир қисми бўлиб, фирма кредитдан фойдалангани учун тўлайди.

Кредит муносабатлари турли хил кўринишларга эга бўлиши мумкин.

1) **тижорат кредити.** Бу кредит фирмаларнинг бошқа фирмаларга товарларни тўловларини маълум муддатдан кейин амалга ошириш шарти билан беришда юзага келади.

Тижорат кредитининг мақсади - товарларни сотилишини тезлаштириш. Унинг фоизи банк кредити фонзидан паст бўлади.

2) **вексель кредити.** У банк кредитининг бир кўриниши бўлиб, банк қарз олувчига кредит суммаси миқдориди вексель беради. Вексель кредити тижорат кредитини ривожланиши асосида юзага келади. Корхона сотиб олинаётган товар учун нақд пул ўрнига қарз мажбурияти - вексель билан тўлайди. Шу билан унинг тўлов муддати келгунга қадар тўлов воситасида фойдаланилиб, кредит пули кўринишига эга бўлади. Вексель эгаси векселини банкка сотиши мумкин ёки муддати келгунича сақлаши мумкин.

3) **банк кредити.** Бу кредит пул эгалари, банклар ва бошқа кредит муассасалари томонидан тadbиркорларга пул ссудаси кўринишида берилади. Банк кредити тижорат кредити каби тор доирада (соҳа, муддат, миқдорлари) чегараланиб қолмайди. Унинг фойдаланиш доираси кенгроқ. Тижорат кредитини банк кредитига ўзгариши кредитни эластикроқ қилади, унинг масштабини кенгайтиради, таъминланганлигини оширади.

4) **давлат кредити.** Бу кредит муносабатлари мажмуасида давлат ёки қарз олувчи ёки қарз берувчи ўрнида иштирок этади. Давлат кредити давлат облигациялари ва купонлари, қисқа муддатли давлат векселлари, жамғарма ишлари, пул-ашё, лотерея ўйинлари кўринишларда бўлади. Давлат аҳоли, фирма, суғурта компанияларининг бўш пул маблағларини жамғарма банкларига қўйилма кўринишида жалб қилади. Бу қўйилмалар давлат томонидан кредитлаш учун фойдаланилади.

5) **узоқ муддатли кредит.** Бу кредит узоқ муддатга берилади ва асосий ишлаб чиқариш воситаларини янгилаш ва кенгайтиришга хизмат

қилади. Узоқ муддатли кредитнинг кўпроқ учрайдиган кўриниши бу корпорация қимматбаҳо қоғозларни (акция, облигация) сотиб олинишидир. Муҳим кўринишларидан бири банк томонидан 7-10 йил ва ундан ортиқ муддатга ссуда берилади.

6) қисқа муддатли кредит. Бу кредит айланма маблағларни ҳаракатига хизмат қилади ва асосан 1 йилгача бўлган муддатга берилади. Қисқа муддатли кредитларнинг қайтариш муддати бир неча марта узайтирилиши натижасида ўрта муддатли ёки узоқ муддатли кредитларга айланиб қолиши мумкин.

7) қишлоқ хўжалиги кредити. Бу кредит қишлоқ хўжалигини ривожлантириш учун мўлжалланган. У қисқа муддатли (1 йилгача), ўрта муддатли (1 йилдан 3 йилгача) ва узоқ муддатли (3 йилдан ортиқ) бўлиши мумкин. Узоқ муддатли кредит беришда асосан кўчмас мулк (ер, ўрмон, бино) гаровга қўйилиши талаб қилинади.

8) ипотека кредити. Бу кредит кўринишида кредит қайтарилишига гаров сифатида кўчмас мулк қўйилади. Ипотека банклари кўчмас мулкни (ер, бино, уй-жой) гаровга олиб кредитлар беради.

9) коммунал кредит. Бу кредит коммунал (шаҳар) хўжалигини (сув қувурлари, канализация, шаҳар транспорти, электр сети) ривожлантиришга ва уй-жой қурилишига берилади.

10) халқаро кредит. Бу кредит халқаро иқтисодий муносабатлар доирасидаги ссуда капиталини ҳаракатланиши бўлиб ҳисобланади ҳамда валюта ва товар ресурсларини қайтаришлилик, муддатлилилик ва фоизларни тўлаш шарти асосида берилиши билан боғлиқ, халқаро кредитор ва қарз олувчи сифатида банклар, тадбиркорлар, давлат муассасалари, ҳукумат, халқаро ва регионал ташкилотлар чиқиши мумкин.

11) истеъмол кредити. Бу кредит аҳолига истеъмол товарлари сотиб олиш учун ёки маиший хизматларга тўлаши учун берилади.

Истеъмол кредити асосан қисқа муддатли ёки ўрта муддатли бўлади. Тўлов муддати кечиктирилган кредитлар фойдаланиши муддати узоқ бўлган истеъмол товарлари (автомобил, кир ювиш машиналари, музлатгич, телевизор, мебель) учун берилади. Истеъмол кредити тўловлари (фоизлари ҳам) тўланмаса кредитланаётган товарга эгалик ҳуқуқи банкка ўтади.

Иқтисодий ривожланишнинг ҳар қайси босқичида ўзига хос кредит сиёсати мавжуд. Кредит сиёсати ҳукумат иқтисодиётидаги зиддиятларни юмшатишга, кризис ҳолатларини енгиллаштиришга, савдо ва тўлов балансининг актив савдосини таъминлашга ҳаракат қилади. Шунинг учун Марказий банк доимий равишда банк тизимининг кредит операцияларини чегаралаш ёки рағбатлантириш тадбирларини амалга оширади.

Кредит миқозининг ҳисоб рақами очилган банкдан берилади.

Бериладиган кредитлар муддатига қараб 3 хил бўлади.: қисқа муддатли (1 йилгача), ўрта муддатли (1 йилдан 5 йилгача) ва узоқ муддатли (5 йилдан ортиқ).

Кредит олиш учун корхона биринчи навбатда қуйидаги ҳужжатлар тақдим қилиниши лозим:

1. Кредит олиш учун ариза.

2. Бизнес режа.

3. Корхонанинг охири бухгалтерия баланси ва ундаги дебитор ва кредитор қарзларининг рўйхати.

4. Фойда ва зарар тўғрисидаги ҳисоботи.

5. Ушбу ҳужжатларни банк ходими 3 кун ичида ўрганиб чиқиб корхона кредитини вақтида қайтара олиши ёки қайтара олмаслиги ҳақида ҳулоса беради.

Шундан сўнг, банк ва корхона ўртасида кредит шартномаси тузилади. Шартномада:

- кредитнинг мақсади ва суммаси, уни қандай кўринишда берилиши ва қайтарилиши;

- мажбуриятга гаров таъминоти шакли, фоиз ставкаси, уни ҳисоблаш тартиби ва тўлов шакли;

- банк корхона аҳволини ўрганиб туриш учун маълумот-ларни бериш вақти ва бошқалар.

Тижорат банклари кредитни қайтарилиши таъминланиши талаб қилинади.

Бу таъминотнинг асосийлари қуйидагилар:

1. Мулк гарови

2. Қимматбаҳо қоғоз гарови.

3. Кафолат хати.

4. Жисмоний шахслар кафолати.

Кредитни қайтарилишини таъминловчи ҳужжатлар банкка кредит шартномаси тузилгунга қадар берилади. Агар гаровга мулк қўйиладиган бўлса, корхона ва банк ўртасида гаров шартномаси тузилиб, аслия ташкилотлари томонидан рўйхатдан ўтказилади.

Банк томонидан қўйиладиган талаб бўйича мулк қиймати кредит шартномаси суммасидан 20 фоиз ортиқ бўлиши лозим.

Кредит фоизи бўйича Марказий банк томонидан ўрнатилган тартиб бўйича тижорат банки кредити фоизи Мраказий банк қайта молиялаштириш ставкасининг 1,5 бараваригача бўлиши мумкин. Масалан, қайта молиялаштириш ставкаси ойига 3 фоиз белгиланган бўлса, тижорат банки кредитни ойига 4,5 фоизгача фоиз ставкаси қўйиши мумкин.

Банк томонидан корхоналарга ишончли ккредит берилиши мумкин. Бу кредит турида мижоз кредит қайтарилишини таъминлаши шарт эмас.

Нобанк кредит-молия муассасаларига қуйидагилар киради:

1) жамғарма кассалари, почта-жамғарма тизими ҳамда жамғарма ва ссуда-жамғарма муассасалари;

2) ҳаётни ва мулкни суғурталаш компаниялари, ижтимоий суғурта фондлари ва пенсия фонди (давлат ва хусусий);

3) акционер жамиятларининг акцияларини сотиб олиб, ушлаб турувчи компаниялари. Уларга холдинг компаниялари, инвестицион трестлар, молиявий компаниялар киради.

4) иқтисодиётни турли хил соҳаларига ихтисослашган нобанк кредит муассасалари

5) қимматбаҳо қоғозлар, вексель акцияларини воситачилари

6) фонд биржалари. Бу махсус муассасалари ёрдамида қимматбаҳо қоғозларнинг узлуксиз обороти амалга оширилади.

Кредит муносабатларнинг барчаси банк орқали ўтади.

Кредит фоиз ставкасининг паст ёки юқори бўлишлигига қуйидаги омиллар таъсир этади:

1. Пул (капитал, ссуда) бозоридаги талаб ва таклифнинг нисбати.

2. Тадбиркорни қарзга олинадиган пулни ишлатишдан қутилаётган нафи, яъни пулни 10% устама ҳақ ҳисобидан олиб ундан 20% ҳисобидан фойда кўриш мумкин бўлса, унга устама фоиз маъқул келиши мумкин акс ҳолда қарз олишдан воз кечади.

3. Қарз тўлаш муддати ва шарти. Агар қарз узоқ муддатга берилиб, уни секин-аста оз-оздан бемалол қайтариш мумкин бўлса, қарздор юқори фоизга рози бўлиши мумкин. Қисқа муддатга берилиб бир йўла қайтариш шарти қўйилса олувчига паст фоиз маъқул бўлади.

4. Қарзни қандай пул билан, яъни эркин конвертланадиган ёки оддий валюта берилиши.

5. Мамлакатдаги инфляция даражаси.

6. Пулни қарз беришдан кўра бошқа йўсинда ишлатишдан тушадиган даромад, масалан акция дивиденди 15% бўлса, пул эгаси қарзга бераётган пулни фоизини ундан юқори қилиб белгилайди, акс ҳолда акция сотиб олишни афзал кўради.

7. Қарз беришнинг хатарлик даражаси, яъни қарзнинг қайтиб келиши қанчалик кафолатланган бўлса, фоиз шунчалик пастроқ бўлиши мумкин. Одатда молиявий бақувват ва нуфузли фирмалар учун фоиз пастроқ булгиланиб ҳам берилиши мумкин. Молиявий аҳволи беқарор, ишончсизроқ мижозларга юқори фоиз тайинланади.

4.3. Бухгалтерия ҳисоб-китоб ишларини ташкил этиш

Бухгалтерия - бу тадбиркорликнинг тили ҳисобланади, чунки бухгалтерия ҳисобини юритмай туриб ахборотни самарали баён этиб бўлмайди. Бухгалтерия ҳисобининг предметига қуйидагилар киради:

1) корхонанинг, ташкилотнинг ҳўжалик маблағлари;

2) ушбу маблағларнинг манбалари;

3) ҳўжалик фаолияти жараёнида маблағларнинг ҳаракати.

Ҳужалик маблағлари ўз навбатида 2 қисмга бўлинади: асосий ва айланма маблағлар. Асосий ҳужалик маблағлари (ёки асосий фондлар) бино, иншоотлар, ишчи машиналар, аслаҳалар, транспорт воситалари ва айрим майда инвентарлардан иборат бўлиб, улар ҳужалик фаолиятининг бир неча йил босқичида иштирок этиб, ўз қийматини яратилаётган товарга секин-аста ўтказиб боради. Шунингдек, ҳозирги кунда асосий маблағлар қиймати ҳисобига ерни ҳам қийматига кўра қўшиш масаласи кўтарилмоқда. Лекин ҳозирги вақтга амалиётда ерни амортизациялаш тажрибаси қўлланилмаган. Юқоридагилардан ташқари, ҳозирги вақтда патент, лицензия, муаллифлик ҳуқуқи, ноу-хау, интеллектуал мулк ва шунга ўхшашлар қиймати ҳам асосий маблағлар ҳисобига киритилмоқда.

Айланма маблағлар (ёки айланма фондлари) ишлаб чиқариш заҳиралари, яъни хом ашё, материаллар, ёнилғи мойлаш материаллари, тугалланмаган ишлаб чиқариш, ярим фабрикатлар, тайёр маҳсулотлар, пул маблағи ва шунга ўхшашлардан иборат бўлиб, улар ҳужалик фаолиятининг бир босқичи даврида ўз қийматини яратилаётган маҳсулотга тўла ўтказиб, кейинги босқичда янгидан ҳосил этишни талаб қилади. Бир ҳужалик босқичи даври деганда, одатда бир йил, яъни йил бошидан охиригача бўлган муддат тушунилади.

Ишлаб чиқариш заҳиралари корхона омборхонасига келтирилган, лекин биринчи ишлов босқичига кирмаган хом ашё материаллардан иборат бўлади.

Тугалланмаган ишлаб чиқариш бу ишлов бериш бошлангшан, лекин тайёр ҳолга келмаган турли ишлов бериш босқичларида корхонада турган маҳсулотлардан иборат бўлади.

Тайёр маҳсулотлар корхона омборхонасида жўнатишга тайёрлаб қўйилган, шунингдек харидорларга жўнатишга, топширилган, лекин ҳали тўлови олинмаган товарлардан иборат.

Корхона пул маблағларига, банк ҳисобидаги пул қиймати, шунингдек ихтиёридаги қимматбаҳо қоғозлар, яъни бошқа корхоналарнинг акция, облигациялари, векселлари, чеклари, сертификатлари, давлатнинг заёмлари, казначей мажбуриятларидан иборат бўлади. Ушбу қимматбаҳо қоғозлар қиймати корхона томонидан тижоратчилик мақсадида, бошқа корхоналар фаолиятини инвестициялашга, шунингдек қисқа ёки ўрта муддатта қарз бериш кўринишида бўлиб, ҳужалик унинг эвазига девидент ёки устама фоиз олиш мақсадида амалга оширади.

Ҳисобдаги маблағи ҳамма турдаги дебиторлик қарзларидан иборат бўлади. Дебитор - бу корхонадан қандайдир мақсад учун маблағ олиб қайтарилмаган ёки товар ва хизматлар учун ҳақини тўламаган қарздор корхона. Дебиторлик қарзи қиймати - бу корхонанинг вақтинча бошқа корхона ёки ташкилот ихтиёрида бўлган маблағи.

Ҳужалик маблағлари икки манба асосида шаклланади:

- 1) ўзининг маблағлари ҳисобига;
- 2) қарзга олинган маблағлар ҳисобига.

Хўжаликнинг ўз маблағлари низом фонди, фойда, махсус ва резов фондларидан ташкил топади.

Корхоналар ўз маблағларидан ташқари, қарзга олинган маблағларга ҳам эгаллик қилишлари мумкин. Булар таъсисчилар томонидан бадал сифатида бериб қўйилган бино, иншоот, ускуналар, транспорт воситалари, хом-ашё материаллар, пул маблағлари, банкдан олинган ссуда, таъминотчидан келган материаллар ва бошқалар бўлиши мумкин.

Улар учун қарзлар тўлаб бўлингандан кейин активларни шакллантириш манбаи сифатида ҳисобга ўтказилади.

Қарздорлик маблағларининг манбаи қуйидагилар бўлиши мумкин:

- банкдан олинган кредитлар;

- кредиторлик қарзлари;

- ишчи ва хизматчиларга маошлар;

- бюджетта солиқ тўловлари;

- ижтимоий таъминот ташкилотларига тўловлар;

- мажбурий суғурта тўловлари.

Ишчи ва хизматчиларнинг маошлари ойда икки марта берилади, лекин иш ҳақини улар ҳар куни ишлаб топадилар, шунингдек солиқ, суғурта тўловлари ҳам бухгалтерияда ҳисоб қилинганидан келган бошқа ташкилот ҳисобига ўтказилгунча корхона активида айланишида бўлади ва қарздорлик маблағини ташкил этади.

Хўжалик операциясини уч босқичга ажратиш мумкин:

1) таъминот жараёнидаги операция;

2) ишлаб чиқариш жараёнидаги операция;

3) реализация жараёнидаги операция.

Шунга кўра, хўжалик операциялари қуйидаги кўринишларда бўлиши мумкин:

1) материалларни омборхонага тушиши;

2) таъминотчилар олдида қарздорлик ҳолатини юзага келиши;

3) етказиб берилган хом-ашё, материаллар учун ҳисоб-китоблар;

4) ишлаб чиқариш заҳираларининг ишлов бериш учун цехларга ўтказилиши;

5) маҳсулот тайёрлаш учун қилинган харажатлар;

6) маҳсулотларни сотишга ўтказилиши, яъни реализация қилиниши;

7) корхона фойдасининг шаклланиши ва олинishi.

Юқорида келтирилган хўжалик операцияларини ҳаммаси бухгалтерлик рўйхати ҳисобларида ўз ифодасини топган бўлади. Юзаки қараганда, улар касса китоби, ҳисоб-тўлов ведомостлари, материаллар ҳисоби шаклида ифодаланган бўлади. Бундай бухгалтерлик ҳисобини юритиш бундан 500 йил муқаддам юзага келган бўлиб қадимги савдогарлар ўз бухгалтерлик ҳисобларини юритганлар, унда дафтар варағи бети икки қисмга ажратилиб, уни чап қисмида тушумлар (актив)

қисми ифодаланиб, ўнг қисмида эса харажатлар (пассив) қисми ифодаланган.

Ҳозирги кунга келиб бу такомиллашиб варағ бетига Т шаклидаги схема ифодаланиб, уни чан қисми актив ҳисоблар, ўнг қисми эса пассив ҳисобларни ифодалайди. Ҳар иккаласи яна дебет ва кредит ҳисобларга ажралади. Шунга кўра, бухгалтерия рўйхати икки томонлама ҳисоб (актив ва пассив) асосида олиб борилади.

Бухгалтерия ҳисоби доимо:

Актив қ пассив Қ мулкый маблағ

кўринишида баланс ҳолатида бўлиши керак.

Бунда актив-корхона томонидан эгалик ва назорат қилинаётган барча маблағлардан иборат бўлади.

Пассив-корхонанинг бошқалар олдида тўлов мажбурияти ҳисоблари.

Мулкый маблағ-бу корхонага тўғридан-тўғри инвестиция ҳисоби.

Бухгалтерия рўйхатининг моҳияти ҳўжалик операцияларининг сабаби ва асосини тушунтириб беришдан иборат бўлиб, ҳар қайси операция маълум ҳўжалик жараёнини ифодалайди. Актив ҳисобларида қийматнинг ортиши дебет ҳисобда, камайиши кредит ҳисобда ифодаланади. Бунда активдаги бошланғич ва охириги қолдиқлар фақат дебитланган бўлади. Шунингдек, актив ҳисобда ҳўжалик маблағлари кўрсатилади.

Пассив ҳисобларда қийматларнинг ўсиши кредит ҳисобда, камайиши эса дебет ҳисобда бўлади. Бошланғич ва охириги заҳиралар кредит қисмида ифодаланади. Шунингдек, пассив ҳисобда ҳўжалик маблағлари манбаъ ёзилади.

Масалан:

Дебитлар	Кредитлар
Активнинг ўсиши	Активнинг камайиши
Харажатлар ўсиши	Харажатлар камайиши
Пассивнинг камайиши	Пассивнинг ўсиши
Мулкый маблағнинг камайиши	Мулкый маблағнинг ўсиши
Даромаднинг камайиши	Даромаднинг ўсиши

1-схемадан англаган бўлсангиз, бухгалтерия рўйхатида актив пассив ҳисоблар қарама-қарши туради, яни агар актив дебитда ўсса, пассив кредитда ўсади.

Масалан:

Актив + Пассив = Мулкый маблағ

Дебит ўсади	Кредит камаяди	Дебит камаяди	Кредит ўсади	Дебит камаяди	Кредит ўсади
+	-	+	-	+	-

Бухгалтерия рўйхатини амалга оширишда хўжалик операцияларини актив ёки пассив ҳисобларга киритиш белгиланган режа ҳисобидаги рақамларга мувофиқ юритилади, масалан бино, иншоотлар алоҳида материаллар алоҳида, касса алоҳида ва ҳ.к рақамланган бўлади. Бу бухгалтерия ҳисобидаги режа рақамлар рўйхати бутун дунёда молиявий ҳисоботлар ягона кўринишда акс эттириш мақсадида “Халқаро бухгалтерия стандарти” комитети томонидан ишлаб чиқилган бўлиб, мамлакат Молия вазирлиги томонидан жорий этилган.

Кассадаги пул қийматининг ёки омборхонага тушган материалнинг ўсганлигини ёзганда сиз “Касса” ёки “Материаллар” рақамини дебетлайсиз.

Шунингдек, пул маблағингизнинг ёки омборхонадаги материалнинг камайишини ёзганда “касса” ёки “материаллар” счетини кредитлайсиз. Агарда хўжалик маблағларини манбаини ифодалаш счетлари устида ишлаётган бўлса, у ҳолда ўсиш кредит ҳисобга, камайиш эса дебет ҳисобга ёзилади. Қарздорлик ўсганлигини ёзишда “таъминотчилар билан ҳисоб” ёки “кредитор счети”ни кредитлайсиз. Қарздорликни камайдиганин ёзганда эса “таъминотчилар билан ҳисоб” ёки “кредитор счети”ни дебетлайсиз.

Ҳар қайси хўжалик операцияси бухгалтерия рўйхатининг камиди иккита счетида ўзгартиришни тақозо этади. Масалан, банкдан 10 млн. сўм нақд пул олинса, корхонанинг кассадаги маблағи ўссади, лекин банкдаги ҳисоб рақамида сақланаётган пул шунгача камаяди. Бунда ҳам у ҳам бу счет актив бўлади. Бухгалтерия “касса” счетида дебетга 10 млн. сўм ёзилади. Бир вақтда кредит счет, “ҳисоб рақамига ҳам 10 млн. сўм ёзилади.

Бошқа мисол, масалан, корхона омборхонасига 5 млн. сўмлик материал келиб тушди, лекин тўлов амалга оширилмади. Бу омборхонада материал ошганлигини, лекин шу билан бир вақтда корхона кредитор қарзининг ошганлигини ифодалайди. Бунда “Материал” счети актив, “таъминотчи билан ҳисоб” счети пассив бўлади. “Материал” счетини дебетда 5 млн. сўм ёзилади, шу билан бир вақтда “таъминотчи билан ҳисоб” счети кредитда 5 млн сўм ёзилади.

Бухгалтерия ҳисобида счетларнинг ўзаро боғланиши-корреспонденция деб аталади. Масалан, хўжалик операциясида бир дебет счет бошқа бир кредит счет билан боғланади. Ана шу боғланишни ифодалаган ҳолда бухгалтерия ҳисоби ёзувини амалга ошириш провoдкaлаш деб юритилади.

4.4. Меҳнат муносабатлари ва меҳнатга ҳақ тўлашни ташкил этиш

Меҳнат муносабатлари бу давлат ва меҳнаткашлар, корхона ва ходимлар, иш берувчи ва ишчилар ўртасида юзага келадиган муносабатлар тизимидир.

У меҳнат жараёнига тайёргарлик, уни амалга ошириш вақтида ва меҳнат фаолияти тугагандан сўнг юзага келадиган ижтимоий-иқтисодий муносабатларни корхона фаолияти учун жуда муҳимдир. Зеро, корхонада ишлаб чиқариш унумдорлигининг ўсиши, сармояни самарадорлиги, уни рақобатбардошлиги меҳнат муносабатлари даражаси билан боғлиқ бўлади.

Ҳозирда фан-техника тараққиёти ютуқларини ишлаб чиқаришга жорий этиш суръатларининг тезлашиши натижасида ходимларнинг меҳнат қилиш ва яшаш шароитлари ўзгариб бормоқда. Ҳозирги шароитда Ўзбекистонда бу йўналишда асосий масала ишчи ва ходимларда меҳнат қилишга рағбат уйғотиш, умуман рағбатлантириш механизмини таркиб топтиришдир. У маълум ижтимоий муҳитда вужудга келади ва меҳнат учун тўланадиган ҳамма турдаги тўловларни, меҳнат шароитларини ўз ичига олиб маълум ижтимоий қонунларга асосланади. Ана шундан меҳнат жамоалари, касаба уюшмалари ва давлатнинг меҳнат муносабатларини ривожлантиришдаги роли келиб чиқади.

Меҳнат жамоаси корхонанинг бозордаги ўрни, ишлаб чиқариш унумдорлик даражаси, унинг сифатини аниқлайди. Корхонанинг асосий мақсади фойда олиш бўлиб, иш ҳақи эса ишлаб чиқариш харажатлари таркибига киради. Бунинг натижасида ишга ёлловчи ва ёлланувчи ўртасида зиддият вужудга келади. Биринчиси ушбу харажатларни пасайтиришга, иккинчиси эса иш ҳақини, яъни ишлаб чиқариш харажатларини оширишга ҳаракат қилади. Ушбу зиддиятлар, маълум даврга жамоа шартномаларини тузиб, расмийлаштириш ва имзолаш асосида ҳал этилиши мумкин. Жамоа шартномаси—бу корхона, ташкилотда, ижтимоий-иқтисодий, касбий ва меҳнат муносабатларини тартибга солувчи ҳуқуқий ҳужжат бўлиб, иш берувчилар ва ишчи, ходимлар жамоаси ўртасида тузилади.

Унда икки тараф, яъни корхона маъмурияти ва ходимларнинг ўзаро мажбуриятлари, иш ҳақи шакли, тизими, миқдори, пул нафақалари, қўшимча ҳақ тўлаш ва компенсация шакли, иш ҳажмининг бажарилиши, ходимларни қайта ўқитиш, иш вақти, таътил муддати ва ҳоказолар акс эттирилади. Жамоа шартномаси бир йилдан уч йилгача бўлган муддатга тузилади.

Тарихан ишчи, хизматчиларнинг ўз ҳуқуқларини, айниқса меҳнатларини тўғри баҳоланиши учун кураши касаба уюшмаларининг вужудга келишига сабаб бўлган. Ушбу касаба уюшмаларининг асосий вазифалари иш ҳақи миқдорини ошириш, меҳнат хавфсизлиги, меҳнат шароитларини яхшилаш учун жамоа номидан ҳаракат қилишдан иборат.

Касаба уюшмалари олатда, жамоа келишувларини ва ҳар хил вазиятларни ҳал этишда, шунингдек жамоа шартномасини имзолашда жамоа номидан ҳаракат қилади.

Ҳар бир корхонада жамоа таркибида иш ҳақининг юқори ва паст даражалари мавжуд бўлади. Унинг паст даражаси ишчи, ходимнинг сарф

этган меҳнат лаёқатини тиклашга, унинг малакасини оширишга, оиласини боқишга кетадиган қийматни ташкил этиш лозим. Ҳозирда кўп мамлакатларда паст малакали ишчиларнинг ҳаёт фаолиятини таъминлаш учун зарур бўлган маблағ миқдори, камбағаллик даражасини аниқлаш учун расмий равишда турмуш кечириш минимуми (истеъмол савати) ҳисобланади ва шунга мувофиқ иш ҳақининг энг оз (минимал) миқдори белгиланади.

Шунга ҳам эътибор бериш лозимки, иш ҳақи қийматининг чегараси мамлакатда таркиб топган анъанавий удуллар, ижтимоий маданий эҳтиёжларни қондириш учун керакли бўлган маблағларни ҳам ўз ичига олиши лозим.

Бозор ҳўжалиги шароитида иш ҳақи миқдори меҳнат бозоридаги талаб ва таклиф қонуни асосида ўзгариши мумкин.

Умуман иш кучи таклифи қуйидаги омиллар таъсири остида шаклланади: аҳолининг умумий миқдори, меҳнатга лаёқатли фаол аҳоли сони, меҳнатнинг сифати, яъни унинг савияси, унумдорлиги.

Бунда масаланинг икки жиҳатига эътибор бериш зарур: биринчидан, бирор-бир касб бўйича меҳнат таклифи ана шу касбга ўқитиш чиқимларига боғлиқ; иккинчидан, даромаднинг даражасига қарамай кишилар ўз меҳнатини сарфлашни истамайдиган бир қатор сабаблар мавжуд. Масалан, сизга юқори соатбай иш ҳақи маош таклиф этишди ва иш вақти давомийлигини белгилаш ҳуқуқи ўзингизга берилди. Албатта, сиз кўпроқ маош олиш мақсадида иш вақтингизни узайтиришга ҳаракат қиласиз, чунки бўш қолган вақтингиз сизга зарар бўлади. Лекин, кейинроқ даромад самарасининг тескари жараёни таъсир эта бошлайди, яъни юқори маош олишингиз натижасида сиз анча бойийсиз ва шу сабабли кўпроқ бўш вақтга эга бўлишга, кўнгилочар машғулотлар билан шуғулланишга ҳаракат қила бошлайсиз.

Шунингдек, ишчининг ҳаётига хавфли, соғлиғига зарарли, обрў-эътиборига путур етказиш мумкин бўлган нуфузсиз соҳа ишлари ҳам меҳнат сарфлашни истамасликка сабаб бўлиши мумкин.

Иш кучига бўлган талабга эса қуйидаги омиллар таъсир кўрсатади: корхона маҳсулотига бўлган талабнинг ўзгариши; таклиф этилаётган ресурслар ҳажми ва нархининг ўзгариши. Масалан, агарда корхонада ички юклов ишлари ортиб, корхона автоуловни сотиб олса, қўл меҳнати қисқаради.

Ҳозирги даврда фан-техника тараққиёти таъсирида юқори малакали ишчиларга бўлган талаб ортиб бормоқда. Бир вақтнинг ўзида нисбатан мураккаб бўлган меҳнат каттароқ қиймат яратади, шу билан бирга юқори малакали ишчи сарф этган меҳнат қувватини такрор ҳосил этиш учун яхши турмуш шароитини талаб қилади.

Иш ҳақи миқдорига мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси ҳам бевосита таъсир кўрсатади, яъни ўша мамлакатдаги ишлаб чиқаришни техник даражаси, эришилган ишлаб чиқариш самарадорлиги даражаси, ишчиларни касбий савияси ва шу

кабилар. Масалан, Нигерия, Миср каби мамлакатлардаги бир кунлик иш ҳақи ривожланган мамлакатлардаги бир соатлик ставкадан 2,5-3 баробар паст, чунки меҳнат унумдорлиги пастдир.

Иш ҳақининг амалиётда номинал ва реал даражалари фарқланади.

Номинал иш ҳақи-пулда ифодаланган иш ҳақидир. Масалан, ишчи 10 000 сўм иш ҳақи олди.

Реал иш ҳақи бу номинал иш ҳақига сотиб олиниши мумкин бўлган товралар ва хизматлар миқдоридир, яъни номинал иш ҳақининг харид қувватидир. Реал иш ҳақи даражасига товар ва хизматларга бўлган нархларни даражаси, солиқ ставкаларидаги ўзгаришлар ва шу каби бяр қатор омиллар таъсир кўрсатади.

Корхоналарда иш ҳақи тўлашнинг вақтбай ва ишбай шакллари қўлланилади. Вақтбай иш ҳақи меҳнат қилинган иш вақти миқдори асосида белгиланади. Кўпчилик мамлакатларда вақтбай иш ҳақи миқдорини белгилаш меҳнат баҳоси бирлиги ўлчовида аниқланади. Бунда соатбай иш ҳақи ставкаси (ИХС) иш кучининг кундалик қийматини (ИКК) кундалик меҳнат соати миқдори (КМС) га бўлиш орқали аниқланади: яъни,

ИХС

$$\text{ИХС} = \frac{\text{---}}{\text{---}}$$

КМС

Вақтбай иш ҳақи, одатда қатъий белгиланган технологик режим юқори бўлган корхоналарда қўлланилади. Ишлаб чиқаришнинг автоматлашуви, рақобатлашуви, конвейер усуллариининг жорий этилиши натижасида кейинги даврда кўпчилик мамлакатларда ишбай усули ўрнига вақтбай иш ҳақи тўлаш усулини кенг ёйилишига олиб келди. Тадбиркор учун вақтбай иш ҳақи шаклини қўллаш, ишчининг маошини оширмаган ҳолда иш интенсивлигини ошириш имконини беради.

Шунингдек, тадбиркор корхона хўжалик фаолияти ҳолати ёмонлашган вазиятда ишчининг белгиланган бошланғич иш вақти муддатини қисқартириш йўли билан иш ҳақини пасайтириши мумкин.

Ишбай ёки донабай иш ҳақи тўлаш шакли бажарилган иш ёки тайёрланган маҳсулот миқдорига кўра белгиланади. Ишбай ёки донабай иш ҳақи тўлашда ишчининг маоши тайёрланган маҳсулот миқдорининг ортишига пропорционал равишда ортиб боради. Бу боғлиқлик белгиланган донабай ҳақ (расценка) ёрдамида аниқланади.

Расценка белгилашда соатбай (ёки кунбай) меҳнат баҳоси ва ишчи ўртача интенсивлик ва ўртача маҳсулдорлик билан соат (ёки кунда) тайёрланган маҳсулот миқдори бошланғич маълумот қилиб олинади.

Донабай расценка (ДР) соатбай (ёки кунбай) меҳнат баҳоси (МБ)ни бажариладиган иш миқдори нормаси (ИБ)га бўлиш орқали аниқланади, яъни:

МБ

$$\text{ДР} = \frac{\text{---}}{\text{---}}$$

ИБ

Ишбай иш ҳақи тўлашда ҳам бошланғич асос бўлиб ишчи кучининг кундалик қиймати (вақтбай иш ҳақи кўринишида) хизмат қилади.

Ишбай иш ҳақи тўлашда ишчига меҳнат интенсивлигининг меъёри белгиланади. Бу ишчининг маълум вақт давомида маълум миқдорда тайёрлаши лозим бўлган маҳсулот ёки битта ёки бир тўплам маҳсулот тайёрлаш учун сарф этиш лозим бўлган вақт меъёри, белгиловчи ишлаб чиқариш меъёри сифатида ҳисобланади. Бундай ишлаб чиқариш меъёрига маълум миқдорда маош тўланади. Натижада, ишчининг шахсий манфаатдорлиги интенсивроқ ишлаб, кўпроқ маҳсулот чиқариб, иш ҳақини оширишга ундайди. Ишбай иш ҳақи тўлаш асосан маҳсулот ишлаб чиқариш миқдорини оширишни рағбатлантириш лозим бўлган, қўл меҳнатига асосланган корхоналарда қўлланилади.

Ҳозирги шароитда ишбай иш ҳақи тўлаш маҳсулот сифати, асбоб-ускуналардан фойдаланиш коэффициентни, хом-ашё материалларни тежаганлиги омилларини ҳисобга олишни тақозо қилмоқда, натижада ишбай иш ҳақи билан вақтбай иш ҳақи тўлаш яқинлашмоқда.

Ривожланган бозор иқтисодиётида меҳнатни моддий рағбатлантириш бозор қонунлари ва шароитига кўра амалга оширилади, уни корхонанинг хўжалик фаолиятини пировард натижасига боғлиқ қилиб кўяди. Ҳозирги иш ҳақи тўлаш системаси, баҳосиз рақобатнинг кучайиши натижасида юзага келган бир қанча омилларни ўз ичига олган.

Маҳсулотни юқори сифатлилигини, хом-ашё, материалларни тежаганликни ва бошқа шунга ўхшашларни тақдирлашни кўзда тутувчи мукофотлаш системачи кенг қўлланилмоқда. Турли ҳолларда вақтбай мукофот, ишбай-мукофот, ишбай-прогрессив, кўп омиллик, аккорд ва шунга ўхшаш иш ҳақи турлари қўлланилмоқда.

Ишчи ва хизматчиларни иш ҳақини уларни билими, иш маҳорати, иш турига кўра турли даражада табақалаштирган ҳолда тўлаш “тариф системаси”, яъни ишлаб чиқариш турлари, иш шароити, ишчининг малакасига кўра иш ҳақи белгилаш учун яратилган норматив актлар орқали амалга оширилади.

Тариф системасига, энг аввало, ишчини соат (ёки кун)да маош миқдори белгиланган “тариф ставкаси” киради. Бу иш ҳақи ўлчами “тариф сеткасига”, яъни иккинчи, учинчи ва ҳоказо разрядлар даражаси, давлат томонидан белгиланган энг кам иш ҳақи миқдорига кўра ифодаланган коэффициентлар нисбатига асосан белгиланади. “Тариф-малака маълумотномаси” - норматив ҳужжатда ишчи, ихзматчиларни касби ва маҳоратига кўра тариф сеткасидаги қайси разрядга тааллуқлилиги кўрсатилган бўлади. Ягона тариф сеткасини давлат ишлаб чиқиб жорий этади. Шунингдек, давлат томонидан белгиланган энг минимал иш ҳақи даражаси тариф сеткасига асосан иш ҳақини белгилашни асоси бўлади. Кейинги разрядга тааллуқли бўлган ишларни

иш ҳақлари разрядлар оралиғидаги белгиланган коэффицентга кўра ҳисоблаб чиқарилади.

Маошни миқдори хўжалик фаолияти натижасига боғлиқ бўлган бозор субъектлари-кооперативлар, жамоа хўжаликлари, ширкатлар, фермер, шахсий ёрдамчи хўжалик аъзолари иш ҳақларининг энг минимал миқдорини давлат кафолатламайди.

Кўпгина ривожланган мамлакатларда кейинги йилларда тариф системасига кўшимча равишда ишчи, хизматчиларга ҳақ тўлашда унинг шахсий ишбилармонлик сифати, ишчанлиги, ҳамкорликка интилиши, ҳулқи ва бошқа шунга ўхшаш хислатларни ҳам ҳисобга олмоқдалар.

Мамлакатимизда узоқ вақт давомида амалда турли касбдаги ишчи хизматчиларга ҳақ тўлашда тенгсизлик ҳукм суриб келди. Сановтда, қурилишда инженер, техник ходимлар маоши ишчиларники билан тенг ҳатто паст даражада бўлди.

Ҳозирги вақтда Ўзбекистонда ҳам бозор иқтисодиёти муносабатларига ўтилиши муносабати билан иш ҳақи тўлашда инсоҳот ўтказиш ишлари олиб борилмоқда 1993 йил 1 январдан бошлаб давлат томонидан ишчи, хизматчиларга иш ҳақи тўлашда ягона “тариф сеткаси” жорий этилди. Тариф сеткаси 21 разряддан иборат бўлиб, 1-8 разрядлар оралиғидаги ўтиш коэффиценти 1.095 қилиб белгиланган, таъриф-малака маълумотномасида халқ хўжалигининг турли соҳаларидаги ишчи, хизматчи ходимлар тегишли разряди кўрсатиб берилган ва уни билими, малака маҳоратига кўра энг куйи ва юқори разряди 5 диапазонда белгиланган. Энг паст разрядларга юқори малака, билимни талаб қилмайдиган иш турларини бажарувчи ходимлар (фаррошлар, қоровуллар ва ҳ.к.) иш ҳақи белгиланган, бажарилаётган ишнинг мураккаблиги ва ходимнинг малакасига боғлиқ ҳолда тариф ставкалари юқори разрядга томон ошиб боради.

Шунингдек, иқтисодиётнинг айрим соҳаси ходимлари маоши учун тармоқ коэффицентлари белгиланган.

Корхона ўз ишчилари учун маошдан ташқари кўшимча рағбатлантириувчи имтиёзлар ҳам жорий этиши мумкин. Масалан:

- корхона акция, қимматбаҳо қоғозларни бепул бериш;
- ошхоналарда овқатланишига ҳақ тўлаш;
- болаларни боғчаларда бўлишига пул тўлаш;
- жисмоний соғломлаштириш тадбирларига ҳақ тўлаш;
- транспорт харажатлари учун кўшимча тўловлар;
- уй-жой ажратиш;
- меҳнатнинг саломатликка зарарлилигига тўланадиган кўшимча тўловлар;
- моддий-ёрдам кўрсатиш ва ҳоказо.

Турли мулк шаклига (яъни яқка хусусий, ширкат, акциядорлик ва ҳ.к.) асосланган корхоналарда ишчи, ходимларни шартнома асосида ишга ёллаш жорий этилган бўлиб, у “Ўзбекистон Республикаси Меҳнат Кодекси” ва “Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодекси”да

белгилаб берилган тартиблар асосида амалга оширилади. Бунда икки ўртада тузилаётган шартнома матнида меҳнатга ҳақ тўлаш усули, шакли, шартлари ани кўрсатилиб ўтилган бўлиши лозим.

У БОБ. ФИРМА ФАОЛИЯТИНИ ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛИ

5.1. Иқтисодий таҳлилнинг аҳамияти ва вазифалари

Иқтисодий ютуқларга эришиш мақсадида ҳар бир корхоналар бўлимларда моддий-техник воситалари ва меҳнат ресурсларидан самарали фойдаланиш, моддий маблағлардан тежаб-тергаб сарфлаш ва ҳали фойдаланилмаган келган имкониятларни топиб уларни ишга солиш зарур. Бу вазифаларни бажариш учун аввало ҳар бир корхонада ва унинг бўлимларида ҳўжалик юритиш фаолиятини атрофлича, чуқур иқтисодий таҳлил қилиш талаб этилади. Ҳар тарафлама чуқур иқтисодий таҳлил ҳар қандай корхона фаолияти устидан раҳбарликни олиб боришнинг негизидир, унинг ёрдамида иқтисодий тежамкорликка эришиш ва ҳўжаликнинг муқобил иш юритиши учун назорат амалга оширилади.

Иқтисодий таҳлилнинг асосий вазифаси ҳўжалик иқтисодиётини ўрганиш, уни янада ривожлантириш, такомиллаштириш мавжуд имкониятлардан тўла фойдаланиш, эришилган муваффақиятларни кенг ёйиш, йўл қўйилган хато ва камчиликларнинг сабабларини ўрганиш ҳамда уни имконияти борича тугатишга ёрдам беришдан иборатдир.

Шундай қилиб, иқтисодий таҳлилнинг вазифаларига қуйидагилар киради:

- бухгалтерия ва статистика ҳисоблари асосида эришилган муваффақиятлар ва йўл қўйилган хато, камчиликлар сабабларини ўрганиш;
- корхонанинг ҳар томонлама фаолиятида, иқтисодий ривожланиш даражаси ва суратини ўрганиш;
- ютуқлардан унумли фойдаланиш, камчиликларни ўз вақтида олдини олиш ва бартараф этиш;
- айрим олинган ҳўжалик фаолиятига баҳо бериш;
- таҳлил якунига кўра иш натижаларига таъсир этган омиллар ва сабабларни ўрганиш;
- иш фаолияти самарадорлигини ўстириш, имкониятларни қидириб топиш ва улардан фаолият жараёнида тўлиқ фойдаланиш;
- кўрсаткичи паст бўлган корхоналарнинг ишини илғор корхоналарнинг кўрсаткичлари билан таққослаб, уларнинг тажрибасига суянган ҳолда ҳўжаликни мустаҳкамлаш ва ривожлантиришга ёрдам бериш.

Ушбу вазифаларнинг бажарилишини таъмин этиш учун иқтисодий таҳлил объектив ва аниқ бўлиши лозим.

5.2. Корхона иқтисодий ҳолатини таҳлил этган кўрсаткичлари

Корхонани иқтисодий таҳлил этиш, уни фаолиятига оид бир нечта иқтисодий кўрсаткичларни аниқлаш ва ўрганиш орқали амалга оширилади.

Дастлаб корхонанинг “ялпи маҳсулоти”, “ялпи даромади”, “даромади” ва “соф даромади” кўрсаткичларини ҳисоблаш лозим.

Корхонанинг “ялпи маҳсулоти” - бу маълум даврда (масалан: 1 йилда ёки кварталда) корхона томонидан тайёрланган барча маҳсулотлар ва кўрсатилган хизматларнинг жорий даврдаги нархлари бўйича ҳисобланган қийматлари йиғиндисидан иборат бўлади.

“Ялпи маҳсулот”ни сотилиш ҳисобига олинган тушум қисми “ялпи даромад”ни ифодалайди. “Ялпи даромад”дан ишлаб чиқариш, хўжалик харажатларини чегириб ташланса, “корхона даромади” кўрсаткичи ҳосил бўлади. Корхона даромадидан солиқ ва айрим тўловларни (масалан: нафақа фондига, бандлик хизмати ва хоқозо) тўлашдан қолган қисми соф даромадни ифодалайди. Шунинг ҳам унутмаслик лозимки, айрим тўловлар (масалан: олинган кредит тўлови ва устама фоиз, ер солиғи, мулк солиғи ва шунга ўхшашлар) даромаддан тўлансада, лекин аслида харажатлар таркибида бўлиши лозим. Шунингдек, юқоридаги кўрсаткичлар бўйича корхона фаолиятини бир нечта даврга ўзгариш суръатини таҳлил этганда, уларни реал қиймати миқдорини аниқлаб кейин таққосланади, чунки товар ва хизматларни натурал миқдори ошмаган ҳолда, бозордаги нархи ўзгариши ҳисобига ўсган бўлиши мумкин ва бу хўжалик фаолияти хусусида нотўғри ҳулосага олиб келади. Реал қиймати даражаси уларни нархларининдексациялаш усули орқали, яъни олдинги даврга нисбатан нарх ўсиши ҳисобига ошган қийматни айириб ташлаш усули асосида аниқланади.

Корхона фаолияти самарадорлигини ўсишини (ёки пасайишини) ифодалайдиган бир қанча кўрсаткичлар мавжуд. Улардан кентроқ фойдаланиладигани ва ҳисобланадигани куйидагилар:

$$\begin{array}{l} \text{Меҳнат унумдорлиги:} \quad \quad \quad \text{M} \\ \text{MU} = \frac{\text{M}}{\text{MC}} \end{array}$$

бу ерда, MU - меҳнат унумдорлиги;

M - яратилган маҳсулот миқдори (сўм ёки натурал миқдори);

MC - меҳнат сарфи (кун, соат ёки ишчи сони).

Меҳнат унумдорлигини аниқлаш иқтисодиётнинг ҳар бир тармоғида ўз хусусиятига эга. Масалан, қишлоқ хўжалигида у иш вақти бирлигида ишлаб чиқарилган қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари миқдори ёки маҳсулот бирлигини ишлаб чиқариш учун сарфланган вақт билан ўлчанади. Амалда қишлоқ хўжалигида меҳнат унумдорлигини аниқлашда

қиймат ва натурал кўрсаткичлар қўлланилади. Қиймат кўрсаткичи бир киши-соатда ишлаб чиқарилган солиштира баҳолардаги ялпи қишлоқ хўжалиги маҳсулоти, шунингдек алоҳида тармоқларда (чорвачилик, деҳқончилик) ишлаб чиқарилган ялпи маҳсулот сифатида ўлчанади. Меҳнат унумдорлигининг натурал кўрсаткичи эса натурал кўринишдаги маълум маҳсулотларни яратишга кетган киши-соат меҳнат жараёнлари сифатида ҳисобланади.

Саноат тармоқлари ёки корхоналарда ҳам меҳнат унумдорлиги яратилган маҳсулотнинг қиймати ёки натурал миқдори сарф қилинган меҳнат вақтига (соатга) тақсимлаш орқали аниқланади. Бунда, бир ишчи соати мобайнида яратилган маҳсулот қиймати ёки миқдори кўрсаткичи ҳисобланади. Шунингдек, аксинча, қилинган меҳнат сарфини яратилган маҳсулот қиймати ёки натурал миқдорига тақсимлаш орқали бир бирлик маҳсулот миқдори ёки қийматига меҳнат сарфи миқдори кўрсаткичини аниқлаш мумкин.

Курилиш соҳасида меҳнат унумдорлигини аниқлаш ҳам шунга ўхшаш бўлиб, кўпинча умумий қилиб, бажарилган ишларнинг умумий қийматини меҳнат сарфлари миқдорига нисбати орқали ҳисобланади. Айрим ҳолларда, баъзи иш турларини (қуйилган бетон қоришма, қурилган уй-жой кв. метрлари, қовланган зовур ҳажми, текисланган майдон миқдори, ўрнатилган газ, сув, электр узаткич линияси) бажаришдаги меҳнат унумдорлигини аниқлашда натурал кўринишдаги бажарилган иш миқдорини сарфлаган иш вақти миқдорига нисбати асосида ҳисобланади.

Меҳнат унумдорлиги даражасига турли хил омиллар таъсир кўрсатади. Булардан асосийлари, ишчи ва хизматчиларнинг малакаси, уларнинг янги унумли техника, технология билан қуролланганлиги ва меҳнат интизомидир.

Ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишда корхона ишлаб чиқариш фондларидан унумли фойдаланиш ҳам катта аҳамиятга эга. Шунга кўра, корхона иқтисодий фаолиятини таъкил этишда ишлаб чиқариш фондлари самарадорлиги кўрсаткичи ҳам аниқланади.

М

ФС = -----

Ф бунда,

ФС-фондларнинг самарадорлиги,

М- маҳсулот миқдори,

Ф-ишлаб чиқариш фондлари қиймати.

Ишлаб чиқариш самарадорлиги оширишда кишиларнинг меҳнат малакалари ва кўникмалари билан биргаликда меҳнатнинг ишлаб чиқариш фондлари билан қуролланишини яхшилаш катта аҳамиятга эга. Бу кўрсаткич қуйидагича ифодаланиши мумкин:

Ф

ФК = -----

МХ

ФК- фондлар билан қуролланиш

Ф - ишлаб чиқариш фондлари қиймати
МХ-меҳнат харажатлари (ёки ишчилар сон)

Фондларнинг самарадорлиги, меҳнат унумдорлиги ва унинг фондлар билан қуролланиши ўртасида яқиндан боғлиқлик мавжуд.
Шунга кўра, ..

МУ
ФС = -----

ФҚ ФС-фондларнинг самарадорлиги
 МУ-меҳнат унумдорлиги
 ФҚ-фондлар билан қуролланиш

Ушбу ифода орқали ҳам фондлар самарадорлиги даражасини аниқлаш мумкин.

Маҳсулотларнинг материал сифими ёқилги, хом ашё, энергия, материаллар ва бошқа ресурслар сарфининг ҳиссасини характерлайди, яъни маҳсулот бирлиги ҳисобига кетган харажатларни ёки фойда самарасини ифодалайди.

МХ
МС = -----

М бу ерда, МС-материаллар сифими
 МХ-моддий харажатлар
 М- маҳсулот.

Ҳозирги шароитда материал сифимини камайтириш ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишнинг бош йўналишларидан биридир. Гап шундаки, меҳнат предметларидан кишилар экстенсив фойдаланиши оқибатида табиатга уларнинг манбалари борган сари камайиб бормоқда. Ёқилги, хом ашё ва бошқа меҳнат материалларини ахтариб одамлар борган сари табиатнинг ичкарасига кириб бормоқдалар. У ўз навбатида, бирламчи хом ашёларни қазиб олиш ва уларни ишлаб чиқариш жараёнларига тортишни қийинлаштирмоқда, меҳнат ва молиявий харажатларни оширмоқда.

Ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишнинг бир қанча омиллари мавжуд. Шунлар ичида асосийлари қуйидагилар: фан-техника тараққиётини жадаллаштириш, ишчиларга меҳнат ҳақларини тўлашни ишлаб чиқаришни пировард натижаси билан боғланган тизимини юзага келтириш.

Бозор иқтисодиёти шароитида меҳнат жамоаларининг мустақиллиги ва ташаббускорлиги, ходимларнинг соҳибқорона ишлашига кенг йўл очиб бериш ва бошқа омилларнинг ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишдаги роли беқийёсдир.

Ишлаб чиқариш ҳажмини оширишга турли хил йўллар билан эришиш мумкин. Лекин барибир меҳнат ва моддий ресурсларни кам сарф қилиб, юқори иқтисодий натижаларга эришганларнинг кўли ҳамisha баланд бўлади.

Бозор шароитида фойда билан ялпи даромад миқдори корхона жамоаси эришган самаранинг қанчалик катталигини кўрсатади. Бунга

асосан: маҳсулот ишлаб чиқаришни ўстириш; унинг сифатини ошириш; ресурслардан яхшироқ фойдаланиш орқали эришилади.

Ҳар қандай маҳсулотнинг иқтисодий жиҳатдан асосланган баҳоси ишлаб чиқарувчи нормал ишлаган шароитда фойда олишни таъмин этади. Демак, маҳсулот қанча кўп ишлаб чиқарилса ва сотилса, фойда миқдори шунча кўп бўлади. Одатда, сифати юқори бўлган маҳсулотнинг баҳоси ҳам бирмунча юқори бўлади. Натижада маҳсулотнинг сифати белгиларини яхшилаш корхона оладиган ялпи даромад ва фойданинг ўсишига олиб келади.

Ишлаб чиқарилаётган маҳсулот бирлигига хом ашё, ёқилғи, энергетика ресурслари сарфини камайтириш ишлаб чиқариш харажатларининг қисқаришига ва фойданинг ўсишига олиб келади. Асосий фондлардан, шунингдек, ер ва сувни камроқ ишлатган ҳолда юқори пировард натижаларга эришиш ресурслар учун бюджетга тўланадиган тўловларни камайтиради ва шу тариқа корхона ихтиёрида қоладиган фойдани кўпайтиради. Ишловчилар сони қисқариши туфайли биринчидан, иш ҳақи фонди (1 ишловчига ҳисоблаганда) нисбатан ўсади ва иккинчидан, меҳнат ресурслари учун тўловнинг қисқариши ҳисобига қолдиқ фойданинг миқдори кўпаяди. Шунингдек, рентабеллик-корхоналар хўжалик фаолиятининг самарадорлик даражасини билдирувчи кўрсаткичлардан бири бўлиб, у маълум вақт (йил, ҳй, квартал давомида ишлаб чиқариш фаолиятининг фойдалилиги (ёки зарурлигини) кўрсатади.

Корхона рентабеллиги олинган фойдани қилинган сарфларга таққослаш орқали аниқланади, яъни фоизларда ифодаланади.

Корхона умумий хўжалик фаолияти рентабеллигини ёки бирор турдаги маҳсулот ишлаб чиқариш рентабеллигини алоҳида аниқлаш мумкин.

Корхона умумий фаолияти рентабеллиги

БФ

$P = \text{-----}$

ЖС бунда, P- корхона рентабеллиги,

БФ- баланс фойдаси,

ЖС- жорий сарфлар.

Худди шунга ўхшаш айрим маҳсулотлар ишлаб чиқаришнинг рентабеллиги маҳсулотни реализация қилишдан олинган фойдани, яъни баҳоси билан таннархи ўртасидаги фарқни унинг таннаригига таққослаш орқали аниқланади:

Ф

$P = \text{-----}$

Т бунда, Ф - маҳсулот сотишдан олинган фойда,

Т - маҳсулот таннархи.

Рентабелликни аниқлашга яъни аҳамият берган киши унинг ўсишига икки йўл билан, биринчи, ишлаб чиқариш харажатларини

камайтириш орқали, иккинчи, баҳони ошириш ҳисобига эришиш мумкинлигини англайди.

Корхона фойдасининг маҳсулот баҳосининг ўсиши ҳисобига кўпайтириш ва натижада рентабеллигининг ҳам отиши баъзи иқтисодчиларнинг бу кўрсаткични самарадорликни ўлчаш учун мутлақо яроқсиз кўрсаткич сифатида танқид қилишларига сабаб бўлмоқда.

Чиндан ҳам шундайми?

Биринчидан, баҳонини ҳар қандай ўсиши ҳам ёмон бўлавермайди. Агар баҳонинг оширилишига маҳсулот сифатининг реал яхшиланиши, унинг истеъмол хоссалари ва қўлланиш самарадорлиги ортиши сабаб бўлса, демак у мутлақо асосли ва қонунийдир. Шунга ўхшаб, таннархнинг пасайиши ҳам доим яхши бўлавермайди. Агар таннархнинг пасайиши маҳсулот сифатининг пасайиши билан боғланган бўлса, демак, бу яхши эмас.

Иккинчидан, баҳоларнинг маълум даражада тебранма ҳаракати (ўсиши ва пасайиши) тақозо этадиган ўзгарувчанлиги иқтисодиётда мувозанатга эришишнинг зарур шартларидан биридир. Баҳоларни, нарх-навонинг асоссиз равишда ошиб кетишидан иборат жараёнга тўсқинлик қилиб, иқтисодий усуллар билан бошқариш керак.

Ҳар қайси иқтисодий кўрсаткичдан алоҳида, ўз ҳолича эмас, балки система ҳолида фойдаланиш керак. Иқтисодий кўрсаткичлар ўз ҳолича ёмон ёки яхши бўлмайди. Улардан бир шароитда жуда муваффақиятли фойдаланиш мумкин, бошқа шароитда эса улар салбий натижаларга олиб келиши мумкин. Чунончи, агар у ёки бу маҳсулотни ишлаб чиқаришда айрим корхоналарнинг монопол мавқеи сақланиб қолса, агар иқтисодиётда бирор мувозанат жиддий бузилса (маълум товарларнинг тақчиллиги юзага келади), яъни ишлаб чиқарувчи ўз ҳукмини ўтказса, у ҳолда баҳонинг ўсиши, асоссиз фойда олишини муқаррар қилиб қўяди. Лекин бунда бутун қиймат ўлчовлари шу жумладан, фойда ва рентабеллик ҳам нотўғри акс этади.

Бу кўрсаткичларнинг ҳақиқий аҳамияти корхоналар ўртасида рақобатнинг етарли даражада кенг ривожланган ва истеъмолчиларнинг овози тўла куч билан эшитиладиган иқтисодиётда намоён бўлади.

5.3. Корхонанинг молиявий баланс ҳисоботи

Бозорда фирманинг ҳолати биринчи ўринда унинг молиявий барқарорлигига боғлиқ бўлади. Фирма ўзининг стратегия ва тактикасини ишлаб чиқиш учун молиявий ҳолатини таҳлил қилади. Бу таҳлил қуйидаги ҳолатларда зарур бўлади:

- банкларга кредитлаш масаласида корхоналарга бошқа қандай корхона билан алоқа қилаётганлигини билиш учун;
- фонд биржаларига, корхона қимматбаҳо қоғози олди-сотди бўлиши ва котировка қилиниши масаласида;
- суғурта компанияларига, суғурталаш масаласида.

Шунинг учун бозор иқтисодиётида фирманинг молиявий ҳисоботи очиқ эълон қилиниши мажбурий ҳисобланади.

Корхоналар молия хўжалиги уларнинг давлат, бошқа корхоналар (ташкilotлар) ва шахслар билан ўзаро муносабатини тартибга солиш билан боғлиқ бўлган пул ҳисоб-китобларини ифодалайди. Хўжаликнинг молиявий ҳолати уларнинг айланма маблағлар билан таъминланганлиги, барча турдаги маблағларнинг тўғри жойлаштирилиши ва улардан фойдаланишнинг тўғрилиги, давлат бюджети, банклар, товар етказиб бериувчилар, бошқа ташкилот ва корхоналар билан олиб бориладиган ҳисоблашлар ҳолатида ўз аксини топади.

Молиявий ҳолат корхонанинг ҳар томонлама фаолиятининг натижаларини акс эттиради ва режада белгиланган ишларнинг бажарлишига таъсир кўрсатади.

Хўжалик молиявий ҳолатининг таҳлили, унинг молиявий фаолияти яхшиланишига, тежамкорликнинг кучайишига, хўжалик ҳисоб-китобининг мустаҳкамланишига, молиявий интизомни бузиш ҳолларини очиб ташлаб, уларни йўқотишга хўжалик ичидаги имкониятларни топиш ва улардан фойдаланишга имконият яратади.

Корхонанинг молиявий ҳолатини таҳлил қилиш куйидаги вазифаларни ҳал қилади: молиявий режанинг бажарилишини; маблағларнинг тўғри ёки нотўғри тақсимланиши ва улардан тўғри ёки нотўғри фойдаланишини; хўжаликнинг ўз маблағлари билан таъминланганлигини аниқлашдан; айланма маблағлар заҳирасининг белгиланган режаларга ва ҳисоб-китоб интизомига риоя қилиниши; банк кредитларидан фойдаланиш; хўжаликнинг тўлов қобилияти; айланма маблағларнинг айланиб туриши ва бошқаларни ўрганишдан иборатдир. Таҳлилнинг асосий мақсади - хўжаликнинг молиявий фаолиятидаги камчиликларни очиб ташлаш ва аниқлаш ҳамда маблағлардан самарали фойдаланиш имкониятларини белгилашдан иборатдир. Молиявий таҳлилнинг асосий манбаи бухгалтерия баланsidир. Шу билан бирга бошқа ҳисобот шаклларида, жумладан молия режаси маълумотлари ва жорий ҳисоблаш маълумотларидан ҳам фойдаланилади.

Бухгалтерия баланси хўжаликнинг молиявий-иқтисодий ҳолатини белгиланган давр учун икки иқтисодий нуқтаи назардан умумлашган пул ўлчамида кўрсатади, яъни баланснинг активи маблағларнинг мавжудлиги ва уларнинг жойланишини, пассиви эса маблағларнинг манбаларини, уларнинг келиб чиқиши ва ўрнини характерлаб беради.

Баланс-корхонанинг молиявий ҳисоботини асосий ҳужжатларидан бири ҳисобланади. Унда маълум санага (одатда, йил охирига) фирма маблағларини турлари ва манбалари бўйича ҳолати кўрсатилади. Бозор иқтисодиётида корхонанинг ҳисобот баланси биринчи ўринда алоҳида мустақил хўжалик ҳолатини акс эттириши лозим.

Баланснинг актив қисмида корхона ихтиёридаги маблағлар кўрсатилган. Активлар хўжалик оборотларида ишлатилиши бўйича ҳар

хил бўлади. Шунга мувофиқ, активлар икки гуруҳга бўлинади: асосий маблағлар ва айланма маблағлар.

Асосий воситалар бўлиб, ҳўжалик жараёнида иштирок этувчи ва ўз қийматини тайёрланаётган ёки сотилаётган маҳсулотга узоқ муддат давомида ўтказувчи барча моддий ва бошқа қийматликлар ҳамда баъзи амортизация қилинмайдиган активлар кирази.

Асосий воситалар қуйидаги қисмлардан иборат:

1) Реал асосий капитал - ер (амортизацияланмайди) бино ва иншоотлар, машина ва қурилмалар, транспорт воситалари, ҳўжалик инвентарлари ва бошқалар.

2) Инвестициялар - давлат ва бошқа корхоналар қийматбахў қўғозларига узоқ муддатли қўйилма сифатида жалб қилинган корхона маблағлари. Бунга бошқа корхоналарга берилган узоқ муддатли кредитлар ҳам кирази. Инвестициялар корхона ҳўжалик фаолиятидаги вақтинчалик бўш маблағлар ҳисобига амалга оширилади. Инвестициянинг кўринишига қараб қўйилмадан келадиган даромадлар, акциялар бўйича дивидент ёки берилган кредит учун фойз тушуви кўринишида бўлади.

Бошқа корхоналарга қўйилмалар - бу вақтинчалик бўш маблағларни фақат даромад олиш мақсадида жойлаштириш эмас. Бундай қўйилманинг асосий сабаблари таваккалчиликни камайштириш мақсадида ишлаб чиқаришни диверсификациялаш. (кўдамни кенгайтириш) ҳисобланади.

3) Номоддий активлар - ердан, сувдан ва бошқа табиий ресурслардан, бино, иншоот ва қурилмалар ҳамда бошқа мулккий ҳуқуқлардан (шу жумладан интеллектуал мулкдан) фойдаланиш ҳуқуқи, шунингдек номоддий активлар таркибида патентлар авторлик ҳуқуқлар, "ноу-хау", савдо маркалар қиймати акс эттирилган бўлади.

Айланма маблағлар бир ҳўжалик йили давомида ишлатиб тугатиладиган ва бир ёки бир неча марта айланадиган мулк турларидан иборат бўлади.

Баланс активининг иккинчи бўлимида корхона ихтиёридаги моддий айланма маблағларининг қиймати тўғрисидаги маълумотлар тўпланган бўлади. Унда ишлаб чиқариш захиралари, тугалланмаган ишлаб чиқариш, тайёр маҳсулот ва товарлар ҳам ҳисобга олинади. Ишлаб чиқариш захираларидаги кам қийматли маблағлар, яъни махсус асбоблар ва мосламалар, махсус кийим ва оёқ кийимлар бошанғич нархларда акс эттирилади.

Баланснинг бу бўлимда келгуси давр харажатлари қиймати тўғрисидаги маълумотлар жойлаштирилади. Захираларни бошланғич қиймати бўйича ҳисобга олишда инфляция жараёни ҳисобга олинмайди. Молиявий ҳисоботларни тузишнинг халқаро тартибида, захираларни бозор нархлари бўйича акс эттирилиши кўзда тутилган.

Баланс активининг учинчи бўлимида корхона кассасида, ҳисоб рақамида ва валюта ҳисоб рақамидаги пул маблағлари тўғрисидаги

маълумотлар акс эттирилади. Шу ерда тез сотиб юбориладиган қимматбаҳо қоғозларга қилинган харажатлар тўғрисидаги маълумотлар акс эттирилади.

Буларга бозорда талаб катта бўлган ва нарх тебраниши катта бўлмаган ёки ўсишга мойил бўлган қимматбаҳо қоғозлар киради. Айланма маблағларига дебитор қарзлар, яъни корхона ўз қарздорларидан олишга зарур бўлган маблағлар ҳам киради. Маҳсулот жўнатилган бўлиб, унинг пули эса 30, 60 ёки 90 кундан кейин тушиши ҳолатлари бўлиши мумкин. Лекин сотиб олувчининг тўловга қобилиятсизлиги туфайли пул олинмай қолиши ҳам мумкин. Шунинг учун сотилган маҳсулотнинг молиявий натижаси маълумотларини ҳақиқийлигини таъминлаш учун ҳар йилнинг охирида баланс фойда ҳисобидан қайтиши гумон бўлган қарзларга (дебитор қарзлар) резерв шакллантириш кўзда тутилган.

Баланснинг пассив қисми ўз маблағлар ва жалб қилинган маблағларга бўлинган бўлиб молиявий фаолият манбалари акс эттирилади. Таъсис фондини ҳисобга олишда давлат томонидан белгиланган тартибга мувофиқ ўзгармас миқдорда акс эттириш кўзда тутилган. Акционер жамиятлари учун эса таъсис фонди, акция сотиб олишга ёзилган қиймати акс эттириш кўзда тутилган. Шу билан бирга, акционерларнинг акцияга тўлов бўйича қарзлари ҳам акс эттирилади.

“Тақсимланмаган фойда” моддасида дивидентларни тақсимлашдан қолган фойда акс эттирилади. Дастлабки йилларда бу графа одатда бўш бўлади ва корхона рентабел ишлаши давомида кўпайиб боради.

“Резервлар” моддасида солиқ тўлангунга қадар тақсимланмаган фойда ҳисобига шакллантирилган фондлар акс эттирилади.

Жалб қилинган маблағлар қисқа ва узоқ муддатли бўлиши мумкин. Қисқа муддатли ёки жорий қарзлар- бу йил давомида тўланиши лозим бўлган қарзлардир.

Қисқа муддатли мажбуриятлар таркибига қуйидагилар киради:

-ўз маблағлари етишмаслиги оқибатида олинган банк қарзлари.

-товар ва хизматлар жўнатувчи корхоналардан кредит ва вакил бўйича қарзлари.

-ишчи ва хизматчилар иш ҳақи бўйич қарзлар.

-солиқ органлари олдида солиқлар бўйича қарзлар.

-кредитдан фойдаланганлиги учун фоиз бўйича қарзлари.

-акционерлардан дивидентлар бўйича қарзлар.

Узоқ муддатли мажбуриятлар-бу тўлов муддати бир йилдан ортиқ бўлган қарзлардир. Узоқ муддатли қарзларнинг кўпроқ тарқалган кўринишлари облигациялар, узоқ муддатли банк кредитлари ва узоқ муддатли векселлардир. Корхона ўз кредиторларига ўз молиявий хўжалик фаолиятининг натижасидан қатъий назар, қарз маблағларининг барча кўринишлари бўйича асосий қарздан ташқари ундан фойдаланганлиги учун олдиндан келишилган йиллик фоизлар тўлаши лозим.

Корхонанинг молиявий имкониятлари ихтиёрида бўлган капиталга ёки "соф жорий активлар" ҳажмига боғлиқ бўлади. У айланма активлар қийматига ва жорий мажбуриятлар қийматининг фарқига тенг бўлади. Бу "барқарорлик кўлами"ни характерлайди. Фирманинг нормал ўсиши фаолиятдаги капитал миқдорини олдинги йилга нисбатан ортишини талаб қилади.

Фирманинг фаолиятдаги капиталнинг талабга мувофиқлигини қоплаш коэффиценти ёрдамида баҳолаш мумкин. У фирма айланма активларини жорий мажбуриятларига нисбати орқали ҳисобланади. Қоплаш коэффиценти бир билан икки оралиғида бўлса мақсадга мувофиқ бўлади. Бу корхона жорий қарзларининг ҳар бир сўмига 1-2 сўм айланма активлар тўғри келишини билдиради.

Қоплаш коэффиценти ликвидлик билан боғлиқ. Зарур бўлган вақтда етарли пул маблағларига эга бўлса, корхонада ликвидли ҳисобланади.

Қоплаш коэффиценти ортиши ликвидлик ҳолатини яхшилайди деб бўлмайди, балки ёмонлаштиради. Масалан, корхона жорий активлари-100.000 сўми, қисқа муддатли мажбуриятлари-50.000 сўми ташкил этсин. Қоплаш коэффиценти бу ҳолатда 2га тенг бўлади. Агар корхона 10.000 сўмлик қисқа муддатли қарзини қайтарса, жорий активлар-90.000 сўми, қисқа муддатли мажбуриятлар-40.000 сўми ташкил этиб, қоплаш коэффиценти 2,25га тенг бўлади. Бу вақтда корхонанинг ликвидлик ҳолати сусаяди, чунки жорий активлари камайди.

Жорий активлар турли хил ликвидлик даражасига эга, яъни улар пулга айланиш имконияти ҳар хил. Жорий активларнинг энг ликвидликлари - нақд пуллар ва бозор қимматбаҳо қоғозлари; кам ликвидликлари-туғалланмаган ишлаб чиқариш, захиралар ва дебитор қарзлар ҳисобланади.

Жорий активларнинг юқори ликвид қисмини қисқа муддатли қарзлар билан солиштириш жуда фойдали бўлади. Бу ҳолатда абсолют ликвидлик коэффиценти аниқланади. Масалан, нақд пул ва унга эквивалентлар - 42.000 сўм.

Қисқа муддатли мажбуриятлар - 37.000 сўм. Бу ҳолатларда абсолют ликвидлик коэффиценти 1,14 бўлади.

Кўп корхоналар бу коэффицентни 1 дан сал юқорироқ ушлашга интилади. У корхона молиявий барқарорлигининг гаровидир.

Жорий активларни қисқа муддатли мажбуриятларга нисбати 2 дан кам бўлмаслиги керак. Корхонани кредитлашда қоплаш коэффиценти уларнинг жорий тўлов қобилияти ва қисқа муддатли кредитлаш хавфсизлиги гаровининг асосий ўлчовлардан бири ҳисобланади. Шу билан бирга катта дебиторлик қарзлар ва товарнинг, моддий бойликларнинг ҳаддан ташқари кўплиги ҳисобига қоплаш коэффицентининг катталиги салбий ҳолат эканлигини ҳам эсда тутиш лозим.

Кўп ҳолатларда фирма самарали ривожланиши учун ташқаридан маблағ жалб қилиниши талаб қилинади. Шунинг учун қарздорлик маълум даражада қормал ҳисобланади. Шу мақсадда барча молиявий қарзларни ўз маблағларига нисбати ҳисобланади. Бу муносабат 1,0 дан юқори бўлмаслиги лозим. Ушбу кўрсаткич қанчалик кичик бўлса, фирма молиявий ҳолатида “барқарорлик кўлами” кўп бўлади. Бу кўрсаткичнинг пасайиши эса фирма операциялар динамикасининг ёмонлашувига олиб келади.

Товар моддий захираларини баланслашув даражасини уларнинг айланиш тезлиги кўрсаткичи асосида таҳлил қилиш мумкин. Бу кўрсаткич фирма томонидан йил давомида сотилган қийматни товар-моддий захираларни баланс баҳосига нисбати орқали ҳисобланади. Агар кўрсаткич 3 га тенг бўлса, бир йил давомида корхона ўртача 3 марта олди-сотди жараёнини амалга оширган ҳисобланади. Корхонанинг жорий тўлов қобилиятини кредитор қарзларининг айланиши характерлайди.

Учтовар ва хизматлар жўнатувчилардан қарзларни қайтариш учун неча кун зарурлигини кўрсатади. Уни сотув қийматини кредитор қарзларга нисбатини бир йилдаги кунлар сонига бўлиш орқали ҳисоблаш мумкин.

Акция даромади ва унинг бозор нархи ўртасидаги нисбат ҳам асосий кўрсаткичлардан ҳисобланади. Бу кўрсаткичнинг ўсиши корхонанинг бозорда тутган ўрни барқарорлигини кўрсатади.

Бошқа муҳим молиявий ҳужжат бўлиб фойда ва зарар тўғрисидаги ҳисоботи ҳисобланади. У балансни тўлдиради. Агар балансда корхонани ташкил этишдан то баланс тузишгача бўлган ҳолати акс эттирилса, бу вақтда фойда ва зарар тўғрисидаги ҳисобот фирма фаолиятининг бир ҳужалик даврдаги фаолияти натижасини акс эттиради. Фойда ва зарар тўғрисидаги ҳисоботда балансда бўлмаган кўп кўрсаткичлар бўлади ва акционерлар учун йилда бир марта, директорлар кенгаши учун эса ҳар ойда тузилади.

Корхонанинг асосий даромад манбаи таъёр маҳсулот ва хизматларни реализациясидан ёки “соф сотувдан” тушган даромад ҳисобланади. Унга сотилган маҳсулот ва хизматлардан тушган умумий тушум киритилиб, рекламация бўйича қайтарилган товар қиймати чиқариб ташланади. Ушбу кўрсаткичдан сотилган маҳсулот таннархи чиқариб ташланса ялпи фойда аниқланади. Асосий фаолиятдан, даромаддан ёки операция дромалдан ташқари бошқа пул тушуми манбалари ҳам бор. Масалан, бошқа фирмалар капиталига инвестиция ёки қимматбаҳо қоғозларини сотиб олиш ҳисобига дивидент ва фоидалар олиш. Шу билан бирга ўз облигациясини чиқариш каби операциялар қимматбаҳо қоғозни ушлаб турувчиларга ҳар йили белгиланган сумма тўлаш талаб этилади.

Кўрсатилган даромад ва харажатларнинг соф натижаси корхонанинг солиққа тортиладиган фойдаси ҳисобланади. Агар

фойдалан солиқларни, кўзда тутилмаган йўқотишларни, ҳисоблан чиқарилган дебитор қарзларни, суд қарори бўйича тўлов суммаларни ва бошқалар чиқариб ташланса, соф фойда ҳосил бўлади. Бу фойда тақсимланиши керак бўлади.

Фойда ва зарар тўғрисидаги ҳисоботни таҳлили асосида “сотиш рентабеллиги”ни ҳисоблаш мумкин. Бу ҳисобот давридаги ялпи фойдани шу даврдаги сотиш ҳажмига бўлиш орқали аниқланади. Яна бундан муҳим кўрсаткич “соф сотиш рентабеллиги” ҳисобланиб, соф фойдани сотув ҳажмига нисбати орқали ҳисобланади. Бу кўрсаткичлар бозорда корхона ҳолатининг барқарорлигини баҳолашга ёрдам беради.

Молиявий ҳисобот ҳар йили тузилади. У баланс, фойда ва зарар тўғрисидаги ҳисобот, директорлар кенгаши ҳисоботи ва бошқа харажатлардан таркиб топган бўлади.

Молиявий ҳисобот аудиторлар томонидан текширилади. Улар молиявий ҳисоботларни тўғрилигини, тўлиқлигини бухгалтерия ҳисобини юритиш ва йиллик ёки бошқа молиявий ҳисоботларга қўйиладиган қонун ва талабларга мос келишини таҳлил қилинади. Белгиланган тартибда лицензия олган шахс аудитор бўлиши мумкин.

Масъулияти чекланган жамиятлар, акционер жамиятлар, банклар, суғурта компаниялари, фонд ва товар биржалари, чет эл корхоналари, бошқа қизиқувчи шахсларга молиявий ҳисобот билан танишишга имконият бериши лозим, яъни молиявий йил тугагандан сунг 5 ой давомида эълон қилиниши лозим.

Корхона молиявий ҳолатини баҳолаш унинг ривожланиш келажагини аниқлашга ёрдам беради. Бундай прогноз корхона ривожланишини салбий омилларини йўқотиш йўлларини топишга ёрдам беради. Шундай қилиб, фирма молиявий барқарорлигини таҳлили корхонани бошқариш стратегия ва тактикасини объектив тузатиб олишга ёрдам беради.

5.4. Маҳсулот ҳажми, маҳсулот турлари ва сифатини иқтисодий таҳлил қилиш

Корхоналар моддий неъмат ишлаб чиқаришнинг бошланғич бўгини бўлиб, ишлаб чиқариш ва товарларни реализация қилиш тadbиркорлик фаолиятида тadbиркорларнинг энг муҳим йўналишларидан бири ҳисобланади. Чунки корхоналар (фирмалар) аҳоли эҳтиёжларини хилма-хил маҳсулотларга бўлган талаб-эҳтиёжини қондириш учун улгуржи, чакана ва бошқа савдо тармоқларини тайёр маҳсулотлар билан узлуксиз таъминлаб туради. Корхоналар томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулот ҳажмини кўпайиши ўз навбатида товар айланиши ҳажмининг ўсишига олиб келади. Одатда тadbиркорлик фаолиятини комплекс таҳлил қилиш ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ҳажми, маҳсулот турлари ва маҳсулот сифатини ўрганишдан бошланади.

Корхоналарда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотни таснифини аниқлаш учун “тайёр маҳсулот”, “сотиш учун ишлаб чиқарилган

маҳсулот”, “ялпи маҳсулот” ва “тугалланмаган ишлаб чиқариш” кўрсаткичларидан фойдаланилади. Корхона иқтисодини таҳлил қилишда маҳсулот ҳажмини натурал ва қиймат ўлчами кўрсаткичлари таҳлил этилади. Натурал кўрсаткичлар орасида маҳсулот бирлигини ишлаб чиқариш учун кетган вақти, шартли натурал бирликлар алоҳида ажралиб туради. Қиймат ўлчамда баҳолаш ҳам ўзининг ҳисоблаш услугига қараб фарқланади: баҳо, таннарх, соф маҳсулот, норматив иш ҳақи ва ҳоказо. Бажарилган иш ҳажми вақт бирлиги ичида маҳсулот миқдорлари йиғиндиси билан аниқланади.

Ишлаб чиқариш ҳажмини ҳисобга олиш ва режалаштиришда “ялпи маҳсулот”, “сотиш учун ишлаб чиқарилган маҳсулот”, “сотилган маҳсулотни улгуржи баҳолардаги ҳажми” кўрсаткичлардан фойдаланилади.

Сотилган маҳсулот ҳажми, маҳсулот турлари бўйича қиймат ўлчамда жамланади ва ой, чорак, йил бўйича таҳлил қилинади. Сотилган маҳсулотни жорий баҳоларда ҳисобланган ялпи маҳсулотдаги улуши аниқланади ва уни ўстириш чоралари кўрилади. Корхонада маҳсулот турлари бўйича ойлик, чорак, йиллик кўрсаткичлар доимий равишда аниқланиб борилади, натурал ва қиймат бирликларда алоҳида таҳлил қилиниб, тегишли қарорлар қабул қилинади. Таҳлилда ўтган йил кўрсаткичлари билан таққослаш, режа билан таққослаш, ўртача уч беш йиллик кўрсаткичлари билан таққослаб таҳлил этилганда йўл қўйилган камчиликлар, эришилган ютуқлар аниқланади.

Корхона ишлаб чиқариш фаолияти натижаси турли хил омиллар таъсирида бўлади. Уларни ҳаммасини ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш (таъминот ва сотиш билан боғлиқ бўлган) омилларига бўлиш мумкин. Ноишлаб чиқариш омиллари ишлаб чиқариш ҳажмига тўғридан-тўғри эмас, балки асосий ишлаб чиқариш омиллари орқали таъсир этади.

Корхоналарда маҳсулот ҳажми билан бир қаторда уни турларини кўпайтирган ҳолда ишлаб чиқаришни ривожлантириш макроиқтисодиётда ўсиб бораётган эҳтиёжларини тўлароқ қондириш имкониятини беради. Бу маҳсулот турлари бошқа кўрсаткичлари каби корхона бизнес режасида кўрсатилади. Маҳсулотни турлари бўйича ишлаб чиқаришни баҳолашга уни режа билан таққослаш орқали эришилади. Солиштириш мобайнида алоҳида олинган маҳсулотни режада белгиланган миқдорида ишлаб чиқарилганлиги ёки ишлаб чиқарилмаганлиги аниқланади. Ишлаб чиқарилган маҳсулотни режада кўзда тутилган навлар асосида эканлиги ва шу асосда қайси маҳсулот чегараланган талабга эга эканлиги, қайси маҳсулот тури келгусида халқ хўжалигига ва аҳолига керак бўлмасдан қолиш мумкинлиги аниқланади ва тегишли хулосалар чиқарилади. Ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар турларини ўзгартириш чоралари корхонада нафақат алоҳида олинган маҳсулот кўрсаткичларига, балки корхона меҳнат унумдорлигига, корхона харажатларига, фойдасига таъсир этади. Шу нуқтаи назардан

янги маҳсулот турини ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш бозордаги талабни ва рақобатни ўрганган ҳолда амалга оширилиши лозим.

Бозор иқтисодиёти шароитида, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг миқдори, талаб қилинган турлари билан бир қаторда унинг сифатида муҳим аҳамият касб этади. Ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг сифати унинг муҳим хусусиятларини ўзида акс эттирса, сотиш режасининг бажарилишини таъминлайди. Маҳсулот сифатининг яхшиланиши ўз навбатида сотилган маҳсулот ҳажмининг купайишига ва фойда миқдорининг ошишига олиб келади. Маҳсулотнинг сифат кўрсаткичлари халқ хўжалик тармоқларида ҳар хил кўрсаткичлар билан белгиланади. Масалан, машинасозлик саноатида Давлат стандарти талабига тўғри келиши (ГОСТ), енгил саноат, тўқимачилик ва озиқ-овқат корхоналарида сифатлилик даражаси навлари бўйича аниқланади, баъзи бир корхоналарда ишлаб чиқарилган маҳсулотларда камчиликлар бўлса, у ҳолда шу маҳсулотлар учун келиб тушган шикоятлар билан белгиланади. Стандартлар ва техникавий шартлар маҳсулот сифатини мажбурий минимал даражасини аниқлайди. Маҳсулотнинг техник мукамаллиги унинг дунё стандартлари талабларига, шунингдек, ҳозирги замон техник талабларга жавоб бериши билан баҳоланади.

Маҳсулот сифатини таҳлил қилишдан мақсад, ўртача сифатлилик даражасини аниқлаш, маҳсулот сифатини ўзгаришининг сотилган маҳсулот ўзгаришига таъсирини аниқлашдан иборатдир.

Саноат корхоналарида ўртача сифатлилик даражаси уч хил йўл билан аниқланади.

1. Ўртача сифатлилик даражасини ўртача тортилиш усулида аниқлаш.

2. Ўртача сифатлилик даражасини ўртача шартли биринчи навга айлантириш йўли билан аниқлаш.

3. Сифатлилик даражасини ўртача тортилиш баҳосида аниқлаш.

Сифатлилик даражасини ўртача тортилиш усулида аниқлаш жараёнида, биринчи навдаги маҳсулот миқдори икки ва учинчи навда ишлаб чиқарилган маҳсулотни миқдори учга кўпайтирилиб жами ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдорига бўлинади. Худди шу усулда режавий кўрсаткичлар асосида маҳсулотнинг ўртача сифатлилик даражаси аниқланган бўлади ва олинган натижа билан солиштирилиб, ҳисобот йилда маҳсулот сифати навлар бўйича яхшилانганлиги ёки ёмонлашганлиги аниқланади. Маҳсулотнинг ўртача сифатлилик даражаси қанчалик I (бирга) яқин бўлса шунчалик сифатлилик даражаси яхши бўлади. Ўртача сифатлилик даражасини шартли биринчи навга айлантириш йўли билан ҳам аниқлаш мумкин. Бу ерда II-III навда ишлаб чиқарилган маҳсулотлар баҳосининг биринчи навда ишлаб чиқарилган маҳсулот баҳосига нисбати олинади. Сўнгра навлар бўйича режа кўрсаткичлари билан таққослаб қайси нав бўйича маҳсулот ишлаб чиқариш яхшиланганлиги ва аксинча ёмонлашганлиги аниқланади.

Сифатлилик даражасини ўртача тортилиш баҳосида аниқлаш усулида навлар бўйича сотилган маҳсулотни миқдори ва қийматлари алоҳида-алоҳида жамланади. Сотилган умумий қиймати маҳсулотнинг жамланган миқдорига бўлиниб ўртача маҳсулот бирлигининг баҳоси аниқланади. Ҳар бир навнинг ўртача маҳсулот бирлиги баҳоси билан таққосланади ва қайси нав ҳисобидан маҳсулотнинг умумий қиймати ошганлиги ёки пастлаганлигига баҳо берилади ва маҳсулот сифатининг ўзгариши натижасида ўртача баҳо ўзгаришининг сотилган маҳсулот ҳажмига таъсири аниқланади.

5.5. Ишлаб чиқаришнинг ташкилий томонлари ва фондлардан фойдаланиш даражасини таҳлил қилиш

Корхона фаолияти натижалари кўп жиҳатдан ишлаб чиқаришнинг ташкилий-техник даражасига боғлиқ. Ишлаб чиқаришнинг ташкилий-техник даражасини таҳлили, бошқаришнинг самарадорлигини ўрганиш, ишлаб чиқариш жараёнларини, меҳнатни техник даражасини баҳолашни ўз ичига олади. Корхона таркибини таҳлил қилиш асосий ва ёрдамчи ишлаб чиқариш бўлимларида, бошқаришда ишлаётган хизматчиларни умумий корхона хизматчилари таркибидаги улушини аниқлашдан бошланади.

Корхона ишлаб чиқариш таркибини илғор ишлаб чиқариш корхоналари таркиби билан таққосланиб, уни муқиммаллаштириш чоралари кўрилади. Бунинг учун бўлимларни кўшиш, янги кичик бўлимлар ташкил қилиш, самарасиз ишлаётганларни тугатиш ва бошқа бошқариш усулига ўтказиш тадбирлари белгиланади.

Корхонанинг катта-кичиклиги ва таркиби унинг бошқариш таркибини аниқлаш имконини беради. Сўнгра корхонанинг ишлаб чиқариш ҳажмига ва таркибига қараб унинг маълум товар турига ихтисослашиш даражаси белгиланади. Ёрдамчи ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни умумий маҳсулот таркибидаги улуши аниқланади. Асосий ва ёрдамчи маҳсулот ўртасидаги ўзаро нисбат фойда, харажатлар ва ниҳоят самарадорлик нуқтаи назаридан баҳолашиб корхонани у ёки бу товар ишлаб чиқариш бўйича ихтисослашувига баҳо берилади.

Ишлаб чиқариш жараёнларини таҳлил қилишда ишлаб чиқаришни кун, ҳафта, ой, чорак ва йил давомида текис ишлаб туришини таъминлаш муҳим аҳамият касб этади. Чунки маҳсулот ишлаб чиқариш кўп жиҳатдан хом-ашё, асбоб-ускуналар, электр қуввати билан таъминлаганлик даражасига боғлиқ. Буларни ҳаммасини ёрдамчи тайёрлов бўлимлар етказиб беради. Асосий ва ёрдамчи ишлаб чиқариш бўлимлари ишларини бир-бирига мувофиқлаштириш ишлаб чиқариш жараёнларини муваффақиятINI таъминлайди.

Ишлаб чиқаришнинг техник даражаси таҳлили қуйидаги йўналишларда олиб борилади: корхонани меҳнат воситалари билан таъминланганлиги, фойдаланилаётган техника -технологиянинг сифати,

янги техника -технологияни жорий этиш ва ўзлаштириш. Ишлаб чиқаришни техник даражасини баҳолаш, ишлаб чиқаришни механизация ва автоматизация билан таъминлаш даражаси, меҳнатни техника билан қуролланиш даражаси, қўлланилаётган технологик жараёнларни ўсиб бориш даражалари таҳлили билан аниқланади.

Маҳсулот ҳажмининг кўпайишига таъсир кўрсатувчи асосий омиллардан бири корхоналарнинг асосий фондлар билан етарли даражада таъминланишидир. Асосий фондлар ҳажми дастлабки қийматларида ҳисобланиб, таҳлил қилинаётган вақтнинг ва охириги даврларида алоҳида тавсифланади. Асосий фондларнинг ўртача йиллик қиймати ҳам борки, у фондларнинг бошланғич ва охириги даврларидаги қийматларидан фарқланади. Чунки бу кўрсаткичда асосий фондларни эксплуатацияга киришиш вақти ҳисобга олинади. Ишлаб чиқаришда қатнашиш характериға қараб асосий фондлар ишлаб чиқариш (молдий ишлаб чиқариш соҳасида қатнашувчи) ва ноишлаб чиқариш (таъминот-реализация билан боғлиқ фаолият) фондларига бўлинади. Юқоридаги кўрсаткичлар ёрдамида асосий фондларнинг таркибий тузилиши, яъни корхонанинг асосий фондлар билан таъминлаши ва уларнинг техникавий ҳолати ўрганилиши лозим. Таҳлил жараёнида корхона ишчиларнинг фондлар билан қуролланиш даражаси кўрсаткичи асосий фондларнинг қийматини энг кўп сменада ишлаган ишчиларни сонига бўлиш йўли билан аниқланади. Бундан ташқари энергия билан қуролланиш даражаси ҳам аниқланиши зарур. Бу кўрсаткич куч берувчи машиналар қувватининг йиғиндиси (кв-соатда) сменада энг кўп ишланган ишчилар сонига бўлиш йўли билан аниқланади.

Асосий фондлардан фойдаланиш муҳим кўрсаткичлардан бири фонд самарасидир. Бу кўрсаткич товар маҳсулоти ҳажмини асосий фондларнинг ўртача йиллик қийматиға бўлиш йўли билан аниқланади. Таҳлил жараёнида қорхона бўйича бир сўмлик асосий фондға тўғри келадиган фонд самараси ҳамда ишлаб чиқаришда тўғридан-тўғри қатнашадиган асосий фондларнинг актив қисмидан фойдаланиш даражаси аниқланиши зарур. Таҳлилнинг асосий вазифаларидан бири қорхона бўйича асосий фондлардан фойдаланишнинг самарадорлик даражасига таъсир этувчи омилларни аниқлашдир. Бу кўрсаткичға куйидаги омиллар таъсир кўрсатиши мумкин.

1. Ишлаб чиқаришда қатнашадиган асосий фондларнинг жами асосий фондлар таркибидаги улушининг ўзгариши.

Бу омилнинг таъсирини аниқлаш учун асосий фондларнинг актив қисми улуши бўйича фарқ ўтган йилги асосий фондларнинг актив қисмининг самарадорлиги даражасига кўпайтирилади.

2. Асосий фондларнинг актив қисмидан фойдаланиш самарадорлиги даражасини ўзгариши.

Бу омилнинг таъсирини аниқлаш учун асосий фондларнинг актив қисми бўйича самарадорлик даражасини актив қисмининг улушиға кўпайтирилади.

Юқоридаги кўрсаткичлардан ташқари бир станосоатга тўғри келадиган маҳсулот ҳажмини аниқлаш зарур. Бу кўрсаткич маҳсулот ҳажмини жами ишланган станосоатта бўлиш йўли билан аниқланади.

5.6. Маҳсулот таннархини таҳлил қилиш

Тадбиркорнинг асосий вазифаларидан бири маҳсулот ишлаб чиқариш харажатларини таҳлил қила билишидир. Бундай таҳлилни амалга оширишни доимий равишда ўзгариб турувчи бозор муҳити тақозо қилади. Маълумки, харажатларнинг пулдаги ифодаси таннархни ташкил этади.

Ҳозирги вақтда корхона ҳамма ресурсларининг фойдаланиш самарадорлиги фойда ва рентабеллик даражаси кўрсаткичлари билан аниқланади. Таннарх маҳсулот ҳажми ва сифати билан бир қаторда фойдани кўпайтиришнинг муҳим омили ҳисобланади. Корхона режасининг фойда кўрсаткичи бўйича бажарилиши кўп жиҳатдан таннархни пасайтирилишига боғлиқ. Лекин баъзи бир корхоналар ўз фойда режаларини янги бозорбоп маҳсулотларни кўпроқ ишлаб чиқариш ҳисобига эришадилар. Корхонада ишлаб чиқарилаётган бошқа турдаги маҳсулотлар таннархи юқори сақланган ҳолда қолаверади. Бу ҳолат бизнес режада кўрсатилган маҳсулот турларини ишлаб чиқаришга етарли аҳамият берилмаганлигидан, истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини тўла қондирилишига тўсқинлик қилади. Шунинг учун корхона самарасига баҳо берганда “фойда” кўрсаткичи билан корxonанинг рентабеллик даражасини аниқлаш мақсадга мувофиқдир. Чунки бу кўрсаткичда корхона фойдаси ва ишлаб чиқариш харажатлари мужассамлашган бўлади.

Корхонада ишлаб чиқаришнинг таннархини ташкил қилиш учун ишлаб чиқариш сарфлари режаси тузилади. Бу режа ўзида моддий, меҳнат ва молиявий сарфларни акс эттиради. Исталган ҳисобот вақтида режавий ва ҳақиқий кўрсаткичлар таққосланиб харажатларнинг ошганлигига ёки пасайганлигига баҳо берилади. Ишлаб чиқариш сарфларини баҳолашда ялпи ишлаб чиқариш ва товар маҳсулоти таннархлари қўлланилади. Ҳақиқий ялпи маҳсулот таннархи маҳсулот ишлаб чиқариш умумий сарфларидан ўтган даврдаги қолдиқ сарфларни чиқариб ташлаш орқали аниқланади.

Ҳақиқий товар ишлаб чиқариш таннархи, ҳақиқий ялпи маҳсулот таннархидан тугалланмаган ишлаб чиқариш, ярим тайёр маҳсулотлар қийматининг айирмаси орқали аниқланади. Юқорида келтирилган кўрсаткичларнинг ҳар бири режавий кўрсаткичлар билан таққосланиб маҳсулот ишлаб чиқаришнинг харажатлар ҳисобига кечаётганлиги аниқланади ва тегишли ўзгартиришлар киритилади.

Маҳсулот таннархини ташкил қилишда харажатларни элементлари ва моддалари бўйича қандай сарфланганлигини текшириш, бир сўмлик товар маҳсулоти учун кетган харажатларни таҳлил қилиш ва унинг

Ўзгаришига таъсир кўрсатувчи омилларни аниқлаш, харажатларнинг айрим турларини алоҳида-алоҳида таҳлил қилишлардан фойдаланиш маҳсулот таннархини пасайтириш имкониятларини беради.

Харажатлар ичида кўп улушни моддий харажатлар ташкил этади, шунинг учун моддий харажатлар сарфини таҳлил қилишга алоҳида тўхталиб ўтилиши зарур. Моддий харажатларнинг ўзгариши асосан, энг муҳим иккита омилга боғлиқ. Биринчиси, сарфланадиган моддий харажатлар меъёрининг ўзгаришига, иккинчиси, моддий харажатлар баҳосининг ўзгаришига боғлиқ бўлади. Моддий харажатларни, маҳсулот сифатини сақлаган ҳолда қиммат хом ашё ўрнига арзонроғини ишлатиш йўли билан ҳамда чиқинди маҳсулотлар дан унумли фойдаланиш йўли билан пасайтириш мумкин.

Корхоналарда таннархни таҳлил қилишда умумлаштирувчи кўрсаткичлардан бири, бир сўмлик товар маҳсулоти учун сарфланган харажат ҳисобланади. Таҳлил жараёнида бир сўмлик товар маҳсулоти учун сарфланган харажатларнинг ўзгаришига таъсир кўрсатувчи омилларни аниқлаш муҳим аҳамиятга эга. Бунинг ўзгаришига ишлаб чиқарилган маҳсулот таркибининг ўзгариши, материаллар баҳосининг ўзгариши, айрим маҳсулотлар таннархининг ўзгариши ва бошқа омиллар таъсир кўрсатади.

Маҳсулот таннархини пасайтиришнинг имкониятарини аниқроқ билиш учун калькуляция варақаларида берилган харажатларни ҳар томонлама ўрганиш зарур. Биринчи навбатда, қайси моддалар бўйича кўпроқ сарфларга йўл қўйилган моддалар таҳлилга жалб қилинади, сабаблари ўрганилади ва пасайтириш белгилаб берилади.

Юқорида кўрсатилган усуллардан ташқари, корхона харажатларини, рақобатбардош корхоналарни иккита ёки учтасининг харажат кўрсаткичлари билан таққослаш ҳам муҳим роль ўйнайди. Бундай солиштириш корхонани қанчалик рақобатбардош эканлигини ҳамда сарфларни камайтириш йўллари ва қандай заҳиралар борлигини аниқлаш имконини беради. Кўпинча саноат корхоналарида маҳсулот учун кетган харажатларни элементлари ва моддалари бўйича оптимал катталикларини математик усул (оптимизациялаш) орқали аниқланади. Харажатларни оптимизациялаш жараёнида моддий сарфларни арзон материаллар қўллаб камайтиради, мастиралларни муқобил ишлатувчилари топилади, иш ҳақини камайтириш учун ишлаб чиқаришни ташкилий томонлари тартибланади, технология тақомиллаштирилади, ишлаб чиқаришни бўш томонлари қидириб топилади, маҳсулот сифатини яхшилаш чоралари ишлаб чиқилади.

5.7. Корхонанинг банкротлик ҳолатига тушиш сабаблари ва унга қарши курашиш чора-тадбирлари

Хўжалик юритувчи субъектларининг банкротт бўлишлари тушунчаси Ўзбекистон Республикасининг 1994 йил 5 майда қабул

қилинган "Банкротлик тўғрисида"ги қонунида берилган. Унинг 1-моддасида Банкротлик тушунчаси ва унинг аломатлари кўрсатилгандир. Унга кўра ҳўжалик юритувчи субъектнинг банкрот бўлиши дейилганда қарздорнинг мажбуриятлари мол-мулкидан ошиб кетганлиги сабабли таварларга (ишларга, хизматларга) ҳақ тўлаш юзасидан кредиторларнинг талабларини қондиришга қодир эмаслиги, шу жумладан бюджетга ва бюджетдан ташқари фондларга мажбурий тўловларни таъминлашга қодир эмаслиги тушунилади.

Кредиторларнинг талабларини бажариш муддати бошланган кундан эътиборан, ҳўжалик юритиш субъекти 3 ой мобайнида, уларни бажаролмаётганиги ёки бажаришга қодир эмаслигининг муқаррарлиги сабабли, унинг жорий тўловлари тўхтатиб қўйилиши, ҳўжалик юритиш субъекти банкрот бўлишининг ташқи аломати ҳисобланади.

Банкротлик факти ҳўжалик суди томонидан эътироф этилганидан ёки ҳўжалик юритиш субъекти ихтиёрий равишда тугатилаётганида, унинг ўзи банкрот бўлганигини расман эълон қилганидан кейин ҳўжалик юритиш субъекти банкрот бўлган ҳисобланади.

Республика барқарор иқтисодиётининг шаклланиши шароитида иқтисодий ночор корхоналарни ўз вақтида аннқлаш, уларнинг молиявий соғломлаштишга кўмаклаштиш ва банкротликдан сақлаб қолиш республиканинг иқтисодий ўсиши учун муҳим омил бўлиб хизмат қилади.

Корхоналар ночорлигини аннқлаш учун қуйидаги атамалардан фойдаланилади:

зарарлик- харажатлар даромадлардан ошиб кетганда корхонанинг молиявий ҳолати даражаси;

тўловга ноқобиллик-қардор бажариш муддати етиб келган пул мажбуриятлари ва бошқа пул кўринишидаги талабларни бажаришга қодир бўлмаган ҳолдаги корхонанинг молиявий ҳолати даражаси;

иқтисодий ночорлик-корхона ўзига тегишли мол-мулк ҳисобига пул мажбуриятлари бўйича кредиторлар талаблари, жумладан, иш ҳақини тўлаш тўғрисидаги талабларни бажарини, шунингдек, бюджет ва бюджетдан ташқари фондларга мажбурий тўловларни таъминлашга қодир бўлмаган ҳолда корхонанинг молиявий ҳолати даражаси;

санация-судга қадар корхонанинг молиявий-ҳўжалик фаолиятини соғломлаштириш бўйича чора-тадбирлар мажмуини ўтказиш;

санация қатнашчилари-санацияда молиявий ёрдам кўрсатадиган юридик ва jisмоний шахслар, шунингдек ташқи солиқарувчи;

молиявий барқарорлик-корхона активлари ҳолати ва таркибини ҳамда уларнинг қоплаш манбалари билан таъминланганлигини кўрсатувчи молиявий ҳолати даражаси;

пул мажбурияти- қарздорнинг фуқаролик-ҳўжалик шартнома ва Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексига бўлган бошқа асосларга кўра кредиторга муайян пул суммасини тўлаш мажбурияти;

мажбурий тўловлар-қонун ҳужжатлари томонидан белгиланган тартиб ва шартларда бюджет ва бюджетдан ташқари фондларга тўланадиган солиқлар, йнғимлар ва бошқа мажбурий тўловлар;

қарздор-қонун ҳужжатлари томонидан белгиланган муддатда пул мажбуриятлари бўйича кредиторлар талабларини қондириш ва (ёки) мажбурий тўловларни тўлаш бўйича мажбуриятларни бажаришга қодир бўлмаган жисмоний шахс, шу жумладан хусусий тадбиркор ёхуд юридик шахс;

қарздор раҳбари-юридик шахснинг якка шахсли ижроия органи, шунингдек қонунларга мувофиқ ишончномасиз юридик шахс сифатида фаолият юритадиган бошқа шахслар;

Корхоналар иқтисодий но'юрлиги ҳақидаги ишлар бўйича қўмита томонидан ишлаб чиқилган корхоналарнинг иқтисодий ночорлиги аломатларини аниқлаш мезонлари тизимига мувофиқ, корхоналар ночорлиги даражаси, уларнинг иқтисодий ночорлиги аломатлари мавжудлигини акс эттирувчи 4 мезон бўйича баҳоланади. Кўрсатилган мезонлар тизимига кўра:

-корхона баланси тузилмасини қониқарсиз, корхонани эса ночор деб тан олиш;

-қарздор корхонанинг тўловга қобиллигини тиклаш имкони тўғрисида қарорлар қабул қилиниши мумкин.

Кўрсатилган қарорлар, қонун томонидан белгиланган, корхона ночорлигининг ташқи белгилари мавжудлиги, яъни корхонанинг кредиторлар олдидаги қарзи санаси 3 ойдан ортиқ муддатга узайтирилганлиги ёки йўқлигидан қатъий назар қабул қилинади.

Корхоналар молиявий ҳолатини баҳолаш учун қабул қилинган мезонлар меъёрий қийматлари ягона бўлиб, корхона қайси тармоққа мансублигидан қатъий назар тегишли бўлади.

Куйидагилар корхоналар иқтисодий ночорлигини аниқлаш учун асосий кўрсаткичлар ҳисобланади:

-тўловга қобаллик коэффиценти;

-ўзининг ва қарз маблағлари нисбати коэффиценти;

-молиявий мустақиллик коэффиценти;

-ўз оборот маблағлари билан таъминланганлик коэффиценти.

Агар коэффицент 2 дан кам қийматга эга бўлса, бу кўрсаткич бўйича корхона ночор ҳисобланади. Бу ҳол оборот активлари қисқа муддатли қарздан икки баравар ортиқ бўлиши кераклигини, агар бундан кам бўлса, демак корхона тўловга қобил эмаслигини англатади.

Ўзининг маблағлари ва қарз маблағлари нисбати коэффиценти ўз маблағларининг қисқа муддатли қарз манбалари билан таъминланганлик даражасини кўрсатади, яъни ўз маблағлари манбалари (устав сармояс, қўшилган сармоя, резерв сармояси, тақсимланган фойда) суммаси қисқа муддатли қарз суммасидан кўп бўлиши лозим. Агар шундай бўлмаса, бу нарса корхонанинг айтилган кўрсаткич бўйича ночорлигидан далолат беради.

Корхоналар мониторинги қуйидаги шартли ажратилган гуруҳлар бўйича ўтказилади:

- тўловга қобил корхоналар;
- иқтисосини йўқотган корхоналар;
- хатар билан ишлаётган корхоналар;
- юқори хатар билан ишлаётган корхоналар;
- танг ҳолатдаги корхоналар;
- банкротлик чегарасидаги корхоналар;
- шартли банкрот бўлган корхоналар;
- банкрот бўлиши эҳтимоли бўлган корхоналар.

Корхонани банкротлиги эҳтимол бўлган, банкротлик чегарасидаги ва танг ҳолатдаги корхоналар гуруҳига киритилганлиги унинг ночорлигини кўрсатади.

Қарздор корхонада тўловга қобиллигини тиклаш имкониятининг мавжудлиги қуйидаги кўрсаткичларда яққол намоён бўлади:

- жорий ликвидлик коэффициенти;
- ўз маблағлари билан таъминланганлик коэффициенти;
- тўловга қобилликни тиклаш коэффициенти.

Банкротлик ёки санация эълон қилиниши учун “Корхоналар банкротлиги ва санацияси масалалари бўйича ҳукумат комиссияси” томонидан 1997 йил 17 апрелда тасдиқланган “Корхоналарни молиявий таҳлил қилиш бўйича услубий тавсиялар”га мувофиқ молиявий ҳолатнинг қўшимча таҳлили ўтказилади, иқтисодий хулосалар чиқарилади, асосий фондлар, айланма маблағлари, муддати узайтирилган дебиторлик ҳамда кредиторлик қарзларининг амалдаги ҳолати аниқланади, қатор йиллар ичидаги рентабеллик (зарар кўришлик) даражалари ўрганилади.

Бозор иқтисодиёти шароитида ҳар қандай корхона банкрот ёки бошқа корхонанинг банкротлиги қурбони бўлиши мумкин. Аммо моҳирлик билан ишлаб чиқилган иқтисодий стратегия, молия, инвестициялар, нарх ва маркетинг соҳасидаги оқилona сиёсат юритиш, корхонага бунинг олдини олиш, кўп йиллар мобайнида амалий фаоллигини, фойда олиш ва ишончли шерик ҳамда сифатли маҳсалот ишлаб чиқарувчи сифатидаги юқори нуфузини сақлаб қолиш имконини беради.

Ғарб мамлакатларининг кўрсатишича, ҳар бир банкрот бўлган корхона муайян сабаблар ва вазиятлардан келиб чиқиб, ўзича “касад” бўлади. Шундай бўлса-да, ҳар қандай банкротликдан сақлайдиган универсал бир тадбир бор-корхонанинг молиявий ҳолатини мунтазам таҳлил қилиб туриш лозим.

Кўпгина омиллар банкротлик сабаби бўлиши мумкин. Бу омилларни ички. яъни корхона ичида раҳбариятнинг ва ходимларнинг хатолари, камчиликлари билан боғлиқ бўлган ҳамда ташқи, яъни корхонадан ташқарида вужудга келадиган ва кўпинча унинг таъсирида бўлмаган омилларга ажратиш мумкин.

Корхоналар ночорлиги таъсир кўрсатадиган омиллар:

1. Меъёрдан ортиқча хом ашё, материаллар ва тайёр маҳсулотта маблағ ажратиш натижасида ўз айланма маблағларининг камомадини юзага келиши.

2. Маҳсулотни сотиш ҳақиқий нархини белгилаш механизмининг шаклланмаганлиги, яъни олинадиган фойдада бевосита ва билвосита харажатларни нотўғри ҳисобга олиш;

3. Шартнома интизомининг шаклланмаганлиги, уни бузганлик учун томонлар жавобгарлиги белгиланганлиги, икки томонга қўйиладиган молиявий жазо чораларининг мавжуд эмаслиги;

4. Ижтимоий, маданий-маиший объектларни сақлашга харажатларнинг кўпайиши;

5. Дебиторлик ва кредиторлик қарзларининг ўсиши;

6. Балансда ноликвид товар-моддий бойликларнинг мавжудлиги ва бошқалар.

Энг муҳим ташқи омилларга инфляция (бошланғич хом ашё, материаллар, ёқилғи, энергия манбаи, бутловчи буюмлар, транспорт ва бошқа хизматлар билан бирга корхона маҳсулоти ва хизматларига нархларнинг анча ва нотекис ошиб кетиши), банк фойиз ставкалари ва кредитлаш шартлари, солиқ ставкалари ва божхона божлари ўзгариши ва бошқалар кирази.

Корхонанинг банкротликка учраш хавфини корхона раҳбари, мулкдор, менежер, аудитор олдиндан билиши ва унинг олдини олиш учун тегишли чора-тадбирларни қўллаши лозим. Бу энг аввало, банкротликни аниқлашда қўлланиладиган кўрсаткичларни билишни тақозо қилади. Бу масалага турли олимлар турлича ёндошган.

Банкротликни аниқлашда Нью-Йорк университети профессори Эдуард Альгманнинг тавсия қилган усули диққатга сазовор.

У банкротлик эҳтимолини аниқлаш учун бешта кўрсаткични тавсия қилади.

1. Оборот капиталининг (Ок) барча активлар(Б)даги ҳиссаси

$$\frac{\text{Ок}}{\text{Б}}$$
$$\text{Ок Б} = \frac{\text{-----}}{\text{Б}}$$

2. Барча активлар рентабеллигини

$$\frac{\text{Ф}}{\text{Б}}$$
$$\text{Фб} = \frac{\text{-----}}{\text{Б}}$$

3. Барча активлар даромадлигини

$$\frac{\text{Д}}{\text{Б}}$$
$$\text{Дб} = \frac{\text{-----}}{\text{Б}}$$

4. Акцияларнинг (оддий ва имтиёзли) барча пасивлардаги улушини

$$A_{кб} = \frac{A_{к}}{B}$$

5. Барча активларнинг самарадорлиги

$$Q_{б} = \frac{Q}{B}$$

Банкротлик бўйича қонун ҳужжатлари орасида Ўзбекистон Республикасининг 1994 йил 5 майда қабул қилинган “Банкротлик тўғрисида”ги Қонуни, кейинчалик унга киритилган қўшимчалар ва ўзгаришлар билан бирга, асосий ҳужжат ҳисобланади. Мазкур қонун, унинг кириш қисмида айтилганидек, корхонани ночор қарздор ёки банкрот деб эълон қилиш шартлари ва тартибини белгилайди ҳамда қандай тартибда кредиторларнинг талаблари қондирилишини кўрсатади. Қонун, агар қайта ташкил этиш тадбирлари иқтисодий жиҳатдан мақсадга мувофиқ бўлмаса ёки улар ижобий натижа бермаса, ночор корхоналарни мажбурий ёки ихтиёрий тугатиш учун ҳуқуқий негизга асос бўлади. Шунингдек, банкротлик ҳолатини аниқлаш механизми шартлари ва тартиби Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодекси (49-57-моддалари) ҳамда Хўжалик процессуал кодексига ўз ифодасини топган.

Банкротлик белгиланган тартибда корхонанинг иқтисодий ночорлигини тан олиш хўжалик суди томонидан уни банкрот деб эълон қилиш демакдир.

Қарздор корхонага нисбатан бир нечта тадбирларни қўллаш кўзда тутилган.

Улардан биринчиси—қайта ташкил этиш. Қарздорнинг ўзи, корхоналарнинг иқтисодий ночорлиги ишлари бўйича ваколатли орган, кредиторлар ёки прокурорнинг аризаси, корхонанинг ночорлиги тўғрисидаги ишни қўзғаш учун асос бўлади. Кредиторнинг қарздор жойлашган ердаги хўжалик судига аризаси ёзма равишда тақдим этилиши керак, унга қарздор томонидан тўлаш кунидан кейин уч ой мобайнида қондирилмаган талаблар ҳужжатлар билан тасдиқланган ҳолда илова қилинади.

Қайта ташкил этиш муддати 18 ойдан ошмаслиги лозим. Бундан кейин хулоса чиқарилиб, банкротлик тўғрисидаги ишни тўхтатиш ҳақида қарор қабул қилинади ёки корхона банкрот деб эълон қилинади ва тугатилади, унинг мол-мулки эса сотиб юборилади.

Қайта ташкил этишда санация қўлланилиши мумкин, бунда корхона мулкдорлари, кредитор ёки бошқа шахслар (жумладан давлат) қарздор корхонага молиявий ёрдам кўрсатади. Тўловга қобилликни тиклаш ҳақиқий имкониятининг мавжудлиги санацияни ўтказиш учун асос ҳисобланади. Санация “Иқтисодий ночор корхоналарни санациялаш тўғрисидаги Низом”, “Давлат қўллаб-қувватлашига биринчи навбатда

муҳтож бўлган ночор корхоналарни аниқлаш бўйича муваққат Низом” ва “Иқтисодий ночор корхоналарни санациялашда давлат молиявий қўллаб-қувватлашни тақдим этиш тартиби”га мувофиқ берилади.

Мол-мулкида давлат улуши бўлган корхоналар учун қайта ташкил этиш тadbирлари “Корхоналар иқтисодий ночорлиги ишлари бўйича қўмита” ёрламида хўжалик суди иштирокисиз ўтказилади.

Иккинчиси-фаолият йўналишини ўзгартириш.

Учинчиси-диверсификациялаш, яъни бир томонлама, кўпинча фақат битта маҳсулотга асосланган ишлаб чиқариш тузилмасидан кенг номенклатурада чиқариладиган турли йўналишдаги маҳсулотларни ишлаб чиқаришга ўтиш.

Тўртинчи ва **бешинчи** тadbирлар тугатиш бўлиб, у хўжалик суди қарори бўйича мажбурий ёки ихтиёрий, қарздордан қолган мол-мулкни сотишни амалга оширадиган кредитор назорати остида бўлиши мумкин. Бугунги кунда қарздор корxonани ихтиёрий тугатиш ҳақида қарор қабул қилиш тартиби тўғрисидаги муваққат низом тасдиқланган. Тугатиш қарздор корxonанинг молиявий ҳолати яхшилашдан умидсизлик бўлиб, қайта ташкил этиш тadbирлари ёрламида яхшиланиши мумкин бўлмагандагина қўлланилади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1996 йил 11 декабрдаги ПФ-1658-сон “Корхоналар банкротлиги ҳақида қонун ҳужжатларини амалга ошириш чора-tadbирлари тўғрисида”ги Фармонида мувофиқ мазкур фаолият соҳасида Корхоналар иқтисодий ночорлиги ишлари бўйича қўмита ва унинг ҳудудий бўлинмалари бош давлат ижроия органи бўлиши.

Қўмита томонидан ночорлик, банкротлик ва санация масалаларини тартибга соладиган меъёрий ҳужжатлар базаси ишлаб чиқилди ва татбиқ этилди.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1996 йил 28 декабрдаги 465-сон қарори билан тасдиқланган “Санация тўғрисидаги низом” ва “Банкротлик ва санация масалалари бўйича ҳукумат комиссияси” томонидан тасдиқланган, Давлат молиявий қўллаб-қувватлашига биринчи навбатда муҳтож бўлган ночор корхоналарни аниқлаш бўйича муваққат низомда ночор корхоналарга давлат молиявий қўллаб-қувватлашни тақдим этиш шартлари белгиланган. Қарздор корхоналарни ихтиёрий тугатиш 1997 йил 17 апрелда тасдиқланган “Қарздор корхоналарни ихтиёрий тугатиш ҳақидаги қарорларни қабул қилиш тартиби тўғрисидаги низом”га мувофиқ амалга оширилади.

Корxonани ночор деб тан олиш жараёнининг банкротлик жараёнидан асосий фарқи унинг судда кўрилмаслигидадир.

VI БОБ. ТАДБИРКОРЛИҚДА ТАВАККАЛЧИЛИК ХАВФ-ХАТАРИ ВА РАҚОБАТ

6.1. Таваккалчиликда юзага келадиган хавф-хатарлар ва келиши мумкин бўлган зарарлар кўринишлари

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

Таваккалчилик тушунчаси мураккаб ва кўп қирралидир ва уни бир сўз билан ифодалаш қийин. Умумий ҳолда, хўжалик таваккалчилиги бу инсон фаолиятидаги ноаниқлик ва зиддият ҳолати ўлчовлидир, у хавф-хатар, омадсизлик, йўлдан чалғиш ва зарар кўриш билан тавсифланади.

Тадбиркор учун хос бўлган хусусият, бу шартли таваккалчиликка бориш, яъни хавф-хатар остида фойда кўришни кўзлашдир, лекин у оқибатда зарар келтириши ёки қўшимча самара бериши мумкин.

Таваккалчилик гўёки танлаш мажбурий бўлган шароитда ноаниқликни бартараф этиш билан боғлиқ фаолиятдир.

Бозор хўжалиги шароитида фаолият юритишда таваккалчилик тадбиркорликнинг муҳим унсури ҳисобланади. Ўзбекистон Республикасининг "Тадбиркорлик тўғрисида"ги қонунини ҳам "....тадбиркорлик-мулкчилик субъектларининг фойда олиш мақсадида таваккал қилиб, ташаббус билан иқтисодий фаолият кўрсатишдир"-деб бежиз таъкидланмаган. Ўз вақтида таваккал қилган тадбиркоргина яхши муваффақиятга эриша олади. Чунки аёвсиз бозор қонунлари остида тадбиркор фойда олиш мақсадида ўз мол-мулкни, билим тажрибасини таваккал қилиб ишга солади.

Тадбиркорлик фаолиятидаги хавф-хатарларга таваккалчи-ликнинг қуйидаги кўринишлари мавжуд бўлади:

-ишлаб чиқариш (об-ҳаво, техник, технологик, тақсимлаш, ташкилий, қутилмагандаги ўлим хавфи, бошқариш ва бошқарув ва шунга ўхшашлар);

-бозорда (даромадни йўқотиш хавфи, мулкий зарар кўриш хавфи, фуқаролик жавобгарлигининг юзага келиш хавфи ва бошқалар);

-молиявий (кредит, солиқ, мулкий, суғурта, валютавий, банк, қимматбаҳо қоғозлар ва бошқа шунга ўхшашлар билан боғлиқ хавф);

-инновацион (ижтимоий, илмий-техника тараққиёти натижаларини жорий этиш билан боғлиқ бўлган хавф).

Ишлаб чиқаришнинг хавф-хатаридаги таваккалчилик маҳсулотни ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш соҳасида мавжуд бўлиб, уни пасайтириш, яъни маҳсулот ишлаб чиқариш миқдорини камайтириш, нархни ва яроқсиз маҳсулот чиқаришни пасайтириш, моддий ва меҳнат харажатларини ошириш орқали эришиш мумкин. Тижорат хавф-хатаридаги таваккалчилик тадбиркор томонидан товарларни сотиб олиш

ва сотиш жараёнида юзага келади. Бу хавф-хатарни пасайтириш учун тadbиркор сотиб олаётган товарининг нархи ортиб кетиши ва сотмоқчи бўлган товарининг нархи пасайиб кетиши мумкинлигини, ҳисобга олиши савдо-сотиқ жараёнида товарларни йўқотишни, яроқсиз ҳолга келишини олдини олиши, харажатларнинг ортиб кетишига йўл қўймаслик чораларини кўриши лозим. Молиявий таваккалчилик, молия соҳасидаги тadbиркорлик фаолиятида, шунингдек бошқа соҳадаги тadbиркорларнинг пул-кредит битимларини амалга оширишда юзага келиши мумкин. Молия таваккалчилигининг ортишига юқорида кўрсатиб ўтилган хавф-хатарни юзага келтирувчи омиллардан ташқари, ҳамкорлик қилаётган тadbиркорларнинг тўлов қобилиятининг йўқлиги ёки пастлиги, пул-валюта операцияларининг чекланганлиги ҳам таъсир кўрсатади. Шунингдек, тadbиркорларнинг қимматбаҳо қоғозлар бозоридаги иштироки, акциялар чиқариб сотиш ёки сотиб олиш ҳам молиявий таваккалчиликка таъсир этади.

Албатта, тadbиркорлик фаолиятидаги таваккалчилик маълум зарарни, йўқотишни юзага келтириш мумкин бўлиб, улар қуйидаги кўринишларга бўлинади: моддий, меҳнат, молиявий, вақт ва махсус кўринишдаги йўқотишлар.

Моддий йўқотиш - бу кўрилган моддий зарар, яъни бино, иншоот, хом-ашё, транспорт воситаси, маҳсулот ва шунга ўхшашларнинг қўлдан кетиши.

Унумдорлиги паст ва эски техника-технологияни қўллаш, меҳнат сарфини ҳисобга олиш ва нормалаштиришда асосли бўлмаган усулларни қўллаш орқали юзага келган зарар меҳнат йўқотишни ташкил этади.

Молиявий йўқотиш эса, бу тadbиркорни, ўз вақтида тўламаган кредит-қарзи фониз ставкасининг ортиб кетиши, вақтида бажарилмаган битим учун, солиқ учун жарима тўлаш, қўшимча солиқнинг жорий этилиши, пул маблағи ёки қимматбаҳо қоғозни йўқотиш, шунингдек ҳамкорлик қилаётган томондан ўз вақтида тўлов пулининг келиб тушмаганлиги натижасида кўрилган зарар пул миқдоридир.

Вақтни йўқотиш, тadbиркорнинг мўлжалланган даврда ишини тугатиб амалга ошира олмаганлиги, унинг фаолиятини сусайиб кетиши натижасида юзага келади.

Шунингдек, тadbиркорлик фаолиятидаги хавф-хатарни таваккалчилик натижасида, юқоридаги кўрсатилган йўқотишлардан ташқари махсус кўринишдаги йўқотишлар ҳам, яъни ўзини ёки бошқаларни соғлиғига етказилган зарар, атроф-муҳитни ифлосланиши, тadbиркорни, фирмани обрўсини пасайиб кетиши кабилар ҳам юзага келиши мумкин.

Албатта, хавф-хатардан келиши мумкин бўлган зарарни бир қисмини қоплаш ва таваккал даражасини пасайтириш учун турли суғурта компанияларига аъзо бўлиши мумкин. Тadbиркорлик воситасида суғуртанинг ўрни ва турлари ҳақида қуйида алоҳида кенгроқ тўхталиб ўтилади. Лекин, тadbиркорликдаги таваккалчилик даражасини

пасайтиришнинг энг муҳим омили бу олдиндан ҳар томонлама ва чуқур ўрганиб тузилган тадбиркорларнинг режасидир. Ҳозирги вақтда тадбиркорлик фаолиятини бошлашда уни ташкилий ва фаолият соҳаси, шаклидан, катта-кичиклигидан қатъий назар аввалдан режа ишлаб чиқиш муҳим аҳамиятта эга бўлиб, уни адабиётларда “Бизнес-режа” деб аталмоқда.

Таваккалчилик билан боғлиқ бўлган қарорларни қабул қилишда тадбиркор турли объектив ва субъектив омилларни ҳисобга олиши лозим. Таваккалчилик билан боғлиқ тадбирларни қабул қилишда ладил ҳаракат қилувчи тадбиркор чўрткесар, қайсар, кескин, эгоист, сабр-матонатли хислатларга эга бўлиши лозим. Лекин кўпчилик психологлар таваккалчиликка мойиллик айрим шахсларнинг алоҳида хусусияти эмас. Вазиятдан келиб чиқадиган ҳолат деб ҳисоблайдилар. Шу билан бирга, ўз ишига ишончи бўлган, руҳияти бардошлик билан вазиятни тўғри англаб оладиган тадбиркорлар таваккалчилик ҳолатида бир неча муқобил режани ишлаб чиқа оладилар, аксинча ўзига ишончсиз, руҳий зарбада ўзини қўлга ололмайдиганлар бундай ҳолатда касодга учрашлари мумкин.

Ҳозирги даврда даромадли ишни ташкил этиш учун тадбиркор ўзида иқтисодий, ҳуқуқий, психологик, ташкилотчилик, бошқалар билан муомала қила билишлик сармоядан ўринли фойдалана билишлик каби хислатларни ва билим-тажрибани ўзида мужассамлаштирган бўлиши лозим. Бундай кишилар мамлакатнинг бойлиги ва салоҳияти саналадилар.

Баъзида турли ахборотлар кўпайиб қоришиб кетиши, баъзида эса ахборотнинг етишмаслиги тадбиркорга керакли қарорни қабул қилишни қийинлаштириши мумкин. Бундай ҳолатларда ўта эҳтиёткор ҳам, авантюрачи ҳам бўлмаслиги лозим. Ўта эҳтиёткорлик таваккалчиликни йўқ қилади, авантюризм кўзлаган самарани бермаслиги мумкин. Бунда ҳисоб-китобларга асосланган мақбул йўлни излаш керак бўлади. Энг мақбул (оптимал) қарорни илмий прогнозлаш асосида ишлаб чиқилади. Мақбул, тўғри қарорни ишлаб чиқиш тадбиркор фаолиятининг энг асосий натижаси ҳисобланади.

Таваккалчиликнинг бир неча муҳим белгилари бўлиб, улар ичидан қуйидагиларни алоҳида ажратиш мумкин: қарама-қаршилик, муқобиллик, ноаниқлик, таваккалчиликдаги қарама-қаршилик иккита бир-бирига ўхшаш бўлмаган томони билан намоён бўлади: бир томондан у ишбилармонларнинг диққат-эътиборини ноилоҳ танлов ҳолати шароитларида янги усуллари билан аҳамиятли натижаларга эришишга қаратади. Натижада у тадбиркорга қолоқлик, руҳий тўсиқлар ва бошқа янги, илғор ишбилармонлик фаолиятларини жорий қилишга тўсиқлик қилувчи омилларни бартараф этишга ёрдам беради. Таваккалчиликнинг бу хусусияти жамиятда муҳим иқтисодий натижаларга эришишга олиб келади, чунки у тараққиётни тезлаштиради.

Бошқа томондан, агар таваккалчиликда танлов у ёки бу жараёнлар йўналишининг объектив қонуниятларини зарур даражада ҳисобга олмай оширилса, бу ҳолда у ижтимоий тараққиётнинг секинлашувига олиб келиши мумкин.

Таваккалчиликнинг муқобиллиги ечимлар, йўналишлар ва ҳаракатларнинг икки ёки бир неча мумкин бўлган вариантларидан керагини танлаб олиш заруратини кўзда тутати. Агар муқобилликни танлаш имкони бўлмаса, унда таваккалчилик тўғрисида ўйлашни ўзи ноўрин.

Таваккалчилик ҳолатини ноаниқлиги, уни бир хил маънода тушуниш мумкин эмаслигидан келиб чиқади. Унга сабаб ахборотнинг етишмаслиги, тасодифий омиллар таъсири, рақобатдаги ишбилармонлар манфаатларининг мос келмаслиги, шерикларнинг бир-бирига қарши ҳаракати ва бошқалардир.

Таваккалчиликнинг юқоридаги кўрсатилган томонларини эътиборга олиш ишбилармон учун таваккалчилик ҳолати кириш қанчалик мақсадга мувофиқ экани тўғрисида қарорни эҳтиёткорлик билан қабул қилиш имконини беради. Мураккаб ҳолатда қолганда у ҳўжалик фаолиятининг баъзи бир шарт ва омилларини ўзгартириб қўтилмаган ҳодисалар ёки кўриладиган зарар эҳтимолини камайтириши мумкин.

Тадбиркор олдида таваккалчилик қарорини ёки ҳаракат усулини қабул қилишда ҳўжалик жараёнига ижобий ёки салбий таъсир кўрсатувчи омилларни аниқлаш асосий муаммолардан саналади. Шундан кейин, ўзида бор имокниятлар доирасида, фойдали таъсир кўрсатувчи омилларни кучайтириш, зарарлиларини пасайтириш масаласини ҳал қилиш керак бўлади.

Таваккалчиликда ҳисобга олишини зарур бўлган ва хавф-хатарни келтириб чиқарадиган муҳим омиллар қуйидагилардир: фаолият соҳаси, табиий офат, ўғирлик, рэкет, бизнес режани тузувчи шахснинг омилкорлик даражасининг пастлиги, шерикларнинг фирромлиги ёки касодга учраши. Шартномада алданиш хавфи ёки қарздорнинг тўлаш қобилияти йўқлиги ҳодисаси билан дуч келиш, қарзни қайтармаслик ва бошқалар ҳақиқатда юз бериши мумкин бўлган ҳодисалардир. Юқорида келтирилган омиллар муқобил тактикавий қарорларни, таваккалчилик элементларини ҳисобга олган ҳолда танлашда сўзсиз ўз таъсирини кўрсатади. Бу таъсир икки хил намоён бўлади. *Биринчидан*, ҳўжаликнинг ўзидаги турли вазиятларни ўзаро таъсирлашувидан келиб чиқиб тактик қарор қабул қилинади ва амалга оширилади.

Иккинчидан, бошқа шерикларнинг ҳолати ва хусусиятлари таъсирини ўрганиш асосида тактик қарорлар қабул қилинади.

Қарор қабул қилишда энг қалтис вазият бу масаланинг мураккаблиги ва янгилиги ҳисобланади. Бу кўп ҳолларда ишбилармонни кўрқув ва саросимага солади, маълумотларни рационал таҳлил қилиш ва амалда тўғри қарор қабул қилиш имконидан маҳрум этади. Бу айниқса,

хавф-хатар юқори бўлган ҳолда яққолроқ кўзга ташланади, бироқ бир қатор ҳолларда ишбилармон таваккалчилик билан боғлиқ бўлган хўжалик қарорларини ўз ҳис-туйғулари бўйича ўз билганича қабул қилади, амалга оширади ва бир қатор ҳаракатлар мажмуасини бажаргандан кейингина ўз қилмиши ва аввалги вазиятга баҳо беради.

Аммо ҳис-туйғулар жараёни механизми илмий жиҳатдан деярли ўрганилмаган ва амалда уларни бошқариб бўлмайди. Шу сабабли, тадбиркор шошилиш вазиятларда ўз ҳис-туйғусига ишонмаслиги лозим.

Таваккалчилик ҳаракатини танлашда юзага келишиш мумкин бўлган салбий оқибатларни кечиктириш усули муҳим аҳамиятга эга. Агар, таваккалчилик ҳаракатидан салбий натижа, қарор қабул қилинганидан кейин оқ юз бермаса, балки узоқроқ вақтдан сўнг юз берадиган бўлса, унда оқибатнинг хавфи камайиши мумкин ёки у тадбиркор учун унчалик даҳшатли туюлмайди. Аммо бу билан юз бериши мумкин бўлган салбий натижанг бутунлай бартараф этилган бўлмайди.

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

6.2. Хавф-хатарни иқтисодий баҳолаш ва таваккалчилик чегаралари

Тадбиркорлик фаолиятида таваккалчилик биринчи навбатда ҳақиқий хўжалик ҳолатининг аввал кўзда тутилганидан четга чиқиш ҳисобига юзага келади. Бу эса ёки йўқотиш (зарар) хавфини юзага келтиради ёки фойда олиш имконини яратади. Тадбиркор ноаниқлик шароитида таваккалчиликка бориши ҳам мумкин, чунки иш учун бўладиган сарф-харажатларга куйиб қолиш хавфи билан бирга қўшимча даромад қилиш умиди ҳам мавжуддир. Юқори натижалар келтирувчи қарор ва ҳаракатлар одатда, энг юқори таваккалчилик ҳисобланади. Шунинг учун, жасурлик билан қилинадиган таваккал-чиликнинг асосий шarti муваффақият қозонишга бўлган катта ишончдир. Бунинг учун иқтисодий асос бўлиб ишлаб чиқариш ва сотишнинг узлуксизлиги, даромадли хўжалик юритиш, таъминотчилар ва истеъмолчилар билан алоқаларнинг мувофиқлиги, юқори даражадаги тўлов қобилияти, мукамал молия тизими ва юқори аниқликдаги бухгалтерлик ҳисоби хизмат қилади.

Хўжалик раҳбари қўлидаги сармоясини усталик билан бошақара олсагина қарор қабул қилиш жараёнида таваккалчиликка бориши мумкин. Бунинг шартлари қуйидагилар:

-маҳсулот сифати ва бошқарув тизимини талаб даражасида ушлаб туриш учун керакли ишлаб чиқариш ресурслари ва инвестицияларнинг зарурий таркиби юзага келган бўлиши;

-юзага келиши мумкин бўлган йўқотишни қоплаш учун заҳира суғурта фонди яратилган бўлиши, ундан фойдаланиш эса корхонанинг барқарор тараққий топишига ҳалақит бермаслиги керак;

-қарор қабул қилиш жараёнида экспертларни таълаш, зарурий ахборотни тўплаш ва қайта ишлаш масалаларида керакли ваколатлиликка эришилган бўлиш зарур. Таваккалчиликнинг иқтисодий чегараси, мавжуд маблағни ўша ғояни амалга оширишда сарф-харажатлар билан, иш муваффақиятсиз чиққан ҳолда юзага келиши мумкин бўлган зарарларни ҳисоблаб солиштириш йўли билан аниқланади, яъни хўжалик таваккалчилиги моддий таъминланган бўлмоғи керак. Бу каби таъминланганлик минимал ёки максимал чегарада ҳам бўлиши мумкин. Агар таваккалчилик билан қилинган иш муваффақиятсиз чиққандаги зарар миқдори кўп бўлмаса, тadbиркор ўз фаолиятини яна ўнглаб иш юритиб кетиши мумкин бўлади. Агарда таваккалчилик билан бажарилмоқчи бўлаётган иш учун хўжаликнинг бутун жами сармоя, мулки жалб этилса ва у муваффақиятсизликка учраса, унда тadbиркорнинг аҳволи фалокатли бўлади-ва оқибатда фирма банкротга учрайди.

Кутилган зарарнинг даражасига қараб таваккалчиликнинг иқтисодий чегараси қуйидагилар бўлиши мумкин:

-агар таваккалчилик фаолиятидан келадиган йўқотишлар келадиган даромад миқдори атрофида бўлса таваккалчиликка бориш мумкин;

-агар келадиган амалдаги йўқотишлар олинadиган даромаддан ошиқроқ бўлса, у ҳолда таваккалчилик жиддий бўлади;

-агарда йўқотишлар миқдори нафақат даромад, балки сарф-харажатлар миқдorigа тенг келса, у ҳолда бу таваккалчилик юқори даражада хатарлик бўлади.

Шунга кўра, таваккалчиликдаги хавф-хатарни иқтисодий баҳолаш учун тахминий келиши мумкин бўлган зарар миқдорини, кутиладиган фойда миқдорига бўлган нисбатини ҳисоблаш лозим бўлади, яъни таваккалчилик коэффицентини аниқлаш асосида хавф-хатар даражаси аниқланади.

Зм

Ткоз = -----

Фм

Бунда, Ткоз - таваккалчилик коэффиценти.

Зм - келиши мумкин бўлган зарар миқдори.

Фм - кутиладиган фойда миқдори.

Бунда таваккалчилик коэффиценти даражаси қанчалик юқори бўлса, хавф-хатарни баҳоси шунчалик ошиб борган бўлади.

Шунингдек, таваккалчиликка баҳо беришда турли статистик, аналитик ҳисоб эксперт усулларидан ҳам фойдаланилади. Статистик усул амалдаги ҳолада юз берган йўқотишлар динамикасини кузатишга имкон яратади ва улар асосида таваккалчилик харажатларининг миқдори кўрсаткичи аниқланади. Эксперт усули экспорт ёрдамида баҳолаш номи билан машҳур. У мутахассисларни, тажрибали ишбилармонларни жалб қилиш билан боғлиқ бўлади. Агар аналитик экспертизани бир неча эксперт олиб борса, уларнинг ҳар бири таваккалчилик эҳтимоли ва йўқотиш даражасини ўзи алоҳида-баҳолаши керак. Шундан кейин ўртача-миқдорлар ҳисобланиши мумкин.

Тадбиркор ҳамма вақт ёдда тутиши керакки, таваккалчилик баъзи ҳолларда муваффақият келтирса, бошқа ҳолатда банкротликка олиб-келиши мумкин. Салбий ҳолатни бартараф этиш ва хавф-хатарга муваффақият билан бардош бера олиш учун, уни биринчи навбатда, тўла аниқлаш, таваккалчилик дастурини ишлаб чиқиш, турли зарурий тадбирларни ўтказиш лозим бўлади.

Албатта, кичик даражадаги таваккалчиликда одатда зарарни корхонанинг ўзи қоплайди, бунинг учун зарур фондлар бунёд этилади. Лекин юқорироқ даражадаги таваккалчиликни эса суғурталаш мақсадга мувофиқдир.

Таваккал ишни суғурталаш - бу ундан келадиган хавф-хатарни суғурта ташкилотига ўтказишдир:

Суғурталаш чора-тадбирлари хавф-хатар оқибатида юзага келадиган йўқотишни тўла ёки қисман қоплаш, табиий офат, авариялар, бахтсиз ҳодисалар, хонавайронликка учраган шерикларнинг ўз мажбуриятларини бажармаслиги ва бошқа ҳолатлар юз бергандаги йўқотишларни илжасиз борица кўпроқ сонли юрилик ва ҳисмоний шахслар ўртасида тақсимлаш йўли билан қоплаш каби усулларда амалга ошириши мумкин.

Таваккалчиликни пасайтирини мақсадида қилнадиган суғурталаш ихтиёрий тартибда ўтказилади. Тадбиркор амалда ҳар қандай фаолиятни суғурталаши мумкин.

6.3. Рақобатнинг моҳияти, кўринишлари ва усуллари

Рақобат - бу ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчиларнинг бозорини эгаллаш, арзон хом-ашёга эга бўлиш, юқори фойда олиш учун бўладиган ўзаро курашларидир.

Иқтисодиёт илмида рақобатнинг тармоқ ичидаги ва тармоқлараро, шунингдек олигополия, монополия кўринишлари фарқланади.

Тармоқ ичидаги рақобатда бир хил товарни ишлаб чиқарувчилар, ишлаб чиқариш ва маҳсулотини сотишнинг энг қулай шароитлари учун, шу товар бозорининг катта ҳиссаси учун ўзаро курашадилар.

Тармоқлараро рақобатда-турли тармоқлардаги ишлаб чиқарувчилар ўртасида капитални энг қулай ҳамда сердаромад соҳаларга

жойлаштириш учун кураш юзага келади. Тармоқлараро рақобат натижасида маблаглар иқтисодиётнинг паст рентабеллиги тармоқларидан юқори рентабеллиларига интилади.

Олигополия-ишлаб чиқариш ва сотишнинг катта қисмини назорат қиладиган бир неча йирик фирмаларнинг ўзаро рақобатидир.

Эркин тадбиркорлик фаолиятида киндилар рақобат курашининг бир қанча кўринишларига дуч келадилар. Масалан, эркин ёки ҳалол рақобат бозорда жуда кўп ишлаб чиқарувчилар ҳамда истеъмолчилар фаолият олиб-борганда юзага келади, бунда янги рақибларнинг пайдо бўлиши учун тўсиқлар қўйилмаган, нархлар талаб ва таклиф таъсирида эркин ўзгариб туради. Бундай шароитда рақибларнинг биронтаси ҳам нархларга ёки бошқа усуллар билан бозордаги ҳолатга таъсир кўрсатиш учун етарли даражада қудратга эга бўлмайди. Аммо иқтисодиётнинг ҳозирги ҳолати учун бундай аҳвол хос эмас.

Аслида рақобат тайёр маҳсулот савдога пайдо бўлмасдан анча олдин бошланади. Фирмалар ҳам анё учун материаллар ва ускуналарни арзон нархларда олиш, корхоналарини қулай жойлашиши, улгуржи ва чакана савдони яхши ташкиллаштирилиши, энг яхши муҳандис ва ишчилар учун кураш олиб борадилар. Шу ва кейинги босқичларда муваффақиятли рақобатлаша олган фирмагина кейин, маҳсулотини бозорга чиқаргач ҳам яхши натижаларга эринишдан умид қилиши мумкин.

Ўтмишда рақобатнинг энг оддий кўринишларидан бири бу нархлар асосидаги рақобатдир. Бунда бир фирма ўз товарлари нархини рақиб фирманикига нисбатан арзонроқ солади, рақиб фирма ҳам шундай қилишга мажбур бўлади, йўқса миқозидан айрилади.

Ҳозирги даврда рақобат ўзгача қиёфа касб этмоқда. Нархлар соҳасида рақобат ўрнини истеъмол қиймати, сифат асосидаги ва бошқа кўринишдаги рақобат эгаллаб бормоқда.

Нарх билан рақобат эркин бозор рақобати бўлган, бозорда бир хил товарлар ҳар хил нархлар билан сотилган даврларда пайдо бўлганди. Ишлаб чиқарувчи нархни пасайтириш билан ўз товарини ажратиб кўрсатишга, унга эътиборни қаратишга ва пировард натижада ўзи истаган бозор ҳиссасини эгаллашга интилган. Ҳозирги замон бозор шароитларида нарх билан очқи рақобат амал қилмайди, чунки ишлаб чиқарувчилардан бири нархни пасайтириш билан унинг рақиб ҳам шу ишни қилади, бу эса фирманинг бозордаги мавқеини ўзгартирмайди, аксинча умуман тармоқдаги фойданинг пасайишига, асосий фондларни янгилаш ва кенгайтириш учун инвестицияларнинг камайишига олиб келади. Оқибатда қутилган зафар ва рақибни суриб чиқариш ўрнига қутилмаган хонавайронлик ва синиш юз беради.

Фан-техника тараққиёти ютуқлари туфайли рақобатнинг нарх билан боғлиқ бўлмаган усулларидан фойдаланишнинг қулай шароитлари юзага келмоқда.

Нархсиз рақобатда товарнинг юқори сифати, паст истеъмол қиймати, замонавий дизайни, сервис хизмати, ишлаб чиқарган фирма шухрати рақобат курашининг асосий омилига айланмоқда. Шунингдек, товарни қисқа муддатларда етказиб бериш, ходимларни техник жиҳатдан мураккаб бўлган товарлардан фойдаланишга ўргатиш, сарфланадиган энергия миқдорини камайтириш, атроф-муҳитнинг ифлосланишига йўл қўймаслик ва бошқалар ҳам нархсиз рақобат усулларига киради. Нархсиз рақобатнинг энг муҳим омилларидан бири диллерлик савдо шохобчалари ҳамда сервис хизмати барпо этишдир. Реклама ҳам нархсиз рақобатнинг энг кучли қуроли ҳисобланади. Реклама мадади билан фирмалар ўз товарларининг истеъмол сифатлари ҳақидаги ахборотни харидорларга етказиш билан бирга ўзларининг товар, нарх, савдо сиёсатига ишончи ҳам шакллантиради, миллий бозорда ҳам ташқи савдода ҳам ижобий тасаввурни яратишга интилади.

Нархсиз рақобатнинг гирром усулларидан бири бу саноат жосуслиги, яъни нуфузли компания, фирмаларнинг товарларидан қўчирма олган ҳолда сифати паст, қалбаки товарлар ишлаб чиқаришдир.

1983 йилдаги Саноат мулкни муҳофаза қилиш бўйича Париж Конвенциясига мувофиқ панентлар, моделлар, саноат намуналари, товар белгилари, фирма номлари ва бошқалар унинг ҳимоясига олинган. Интеллектуал ҳамда саноат мулкни муҳофаза қилиш бўйича қоидалар ва халқаро конвенцияларга риоя этмаслик судлашув, ҳуқуқи бузилган жисмоний ва юридик шахслар кўрадиган зарарни қоплаш тартибида катта маблағ тўлаш кўзда тутилади. Турли мамлакатларда патент ҳуқуқининг ҳудудий тизимлари амал қилади, олинган муҳофаза ҳужжати ёки патент фақат ушбу давлат доирасида ўтади. Ҳар бир мамлакатда патент эгасига бериладиган ҳуқуқлар асосан кенг ёки торлиги, “ихтиро” тушунчасининг ўзига хос талқини, амал қилиш муддатлари ва ҳимоя ҳажми билан фарқ қилади.

Ихтирога берилган патентларнинг амал қилиш муддатлари турли мамлакатларда 15 йилдан 20 йилга қадар, саноат намуналари-нинг эса 3 йилдан 15 йилгача.

Маҳсулотни экспорт қилиш ҳақидаги масалани ҳал этишда бу ҳаракат бошқаларнинг ҳуқуқларини бузмаслиги ва тажовузлардан муҳофаза қилинганига ишонч ҳосил қилиш зарур. Экспорт товарларни патент-ҳуқуқий ҳимоя қилиш, товарни ҳар қандай ҳалақитсиз ишлаб чиқариш ва сотиш имкониятларини беради. Фирмалар патент ҳимоясидан рақобат кураши усули тарзида фойдаланадилар. Биринчидан, патент ёки бошқа муҳофаза ҳужжати билан ҳимояланган товар ҳимояланмаган товарга нисбатан қиммат ва юқори баҳоланади. Шу сабабли патентлаш учун кўрсатма ўзига хос реклама орқали таъбир кўрсатиш воситаси ҳисобланади. Иккинчидан, ишлаб чиқарувчи патент-ҳуқуқий ҳимоядан фойдаланиб, ўз рақибларини худди шундай маҳсулот тайёрлаш, ундан андоза олиш имкониятидан маҳрум этади, натижада ўз товарини юқори нархларда сотади.

Рақобатнинг яна бир кўриниши бу “Функционал рақобат” бўлиб, у бир эҳтиёжни турли усуллар билан қондириш мумкинлигидан келиб чиқади. Масалан, чанқоқликни сув, шарбат, ичимлик, чой ва сут қондириши мумкин. Спорт товарлари ёки ёзув жиҳозлари ва шунга ўхшашларнинг ҳар хил турлари ҳам бир-бирига функционал рақобатчилар ҳисобланади. Фирма ҳатто гоаят ноёб товар ишлаб чиқарувчи бўлган ҳолларда ҳам функционал рақобат билан ҳисоблашишига тўғри келади.

Тур рақобати бир мақсадга мўлжалланган турлича, аммо гоаят муҳим томонлари билан ажралиб турадиган товарлар мавжуд шароитда юзага келади. Масалан, турли магнитофонлар ўртасида.

Буюм рақобати фирмалар томонидан моҳият эътибори билан бир хил, лекин сифатли қилиб тайёрланган ёки ҳатто сифати ҳам бир хил товарлар ишлаб чиқариш натижасида пайдо бўлади. Аксарият ҳолларда, бундай рақобат фирмалараро рақобат деб ҳам юригилади, лекин юқорида тилга олинган рақобат кўринишлари ҳам фирмалараро бўлишини инobatга олган ҳолда, буюм рақобатида маҳсулотни тезкорлик билан тайёрлаб берилиши, бунда миҳознинг буюртмасини кўшимча ҳақ олмасдан баҳариб бериш каби усуллар қўлланилади.

Шунингдек, тадбиркорликда рақобатнинг нопок усуллари ҳам мавжуд. Улар шартли равишда шундай ифодалаш мумкин: саноат ва иқтисодий жосуслик, рақобатчи маҳсулотлардан сунъий нусха ясаш, истеъмолчини алдаш, ҳисобдаги кўзбўямачиликлар, мутахассисларни оғдириб олиш, коррупция ва ҳатто рақибни жиҳмонан йўқ қилиш.

Одатда, бошқаларнинг маҳсулотини ясаб сотиш, улар фирма рамзидан яширин фойдаланиш каби ишлар билан майда компаниялар шуғулланади.

Ҳисоботдаги кўзбўямачиликлар даромадни солиқчилардан яшириш ёки акционер ва жамоатчиликни алдаш мақсадида қилинади. Бухгалтерия дафтаридаги кўзбўямачиликлар ортида ноқонуний пул ўзлаштириш яширинган бўлади.

VII БОБ. ТАДБИРКОРЛИҚДА БИЗНЕС-РЕЖАНИНГ АҲАМИЯТИ ВА УНИ ТУЗИШ

7.1. Тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш аҳамияти

Ҳар бир тадбиркор ўз фаолиятни бошлашдан олдин келажакдаги молиявий, моддий, меҳнат ва интеллектуал ресурсларга бўладиган эҳтиёж, уларни олиш манбалари ҳамда фирмаси фаолияти жараёнида улардан самарали фойдаланиш устида яққол тасаввурга эга бўлмоғи лозим. Бунинг учун тадбиркор амалга оширмақчи бўлаётган фаолияти жараёнидаги бажариладиган ишларининг аниқ режасини ишлаб чиқиши лозим.

Бизнес-режа тадбиркорга ҳар хил шароитда ўз фаолиятини бошлаш ва уни кенгайтириш учун имконият яратиб беради. Аниқ ҳисоб-китоблар, ўрганиш, таҳлил асосида ишлаб чиқилган бизнес-режа тадбиркорга келажакда бўладиган ўзгаришларни олдиндан кўра билиш, хўжалик фаолиятини назорат қилиш, фаолияти натижасини баҳолаш омили ҳисобланади.

Бозор шароитида тадбиркор мунтазам равишда бозорнинг ҳолати ҳақида ва ундаги рақобат ҳақида ахборотга эга бўлиб таҳлил қилиб борган ҳолда ўз ҳолатини аниқ режалаштирмаса муваффақиятга эришиши қийин. Шунинг учун ҳар қандай соҳада тадбиркорлик фаолияти билан шугулланиш учун аввалдан фирманинг ишлаб чиқариш ва хўжалик фаолияти тактикаси ва стратегиясини ишлаб чиқиш муҳим аҳамиятга эга.

Ўз ишини бошлашдан олдин, тадбиркор тўқнашиши мумкин бўлган муаммоларни қанчалик чуқур ва аниқ ўрганиб таҳлил этса, шу муаммоларни ҳал этиш тартиби шунчалик самарали бўлади ва таваккалчиликдан хавф-хатар ҳам пасаяди. Яхши ишлаб чиқилган бизнес-режага эга бўлган тадбиркор ўз фаолиятни бошламасдан олдин ҳамкорлик қилувчилар ва инвесторларнинг кўпгина саволярига, жумладан, мўлжалланган ишнинг бажарилиши реаллиги, ўз ишига омилкорлиги, билимдонлиги (компетентлиги), моддий техника базасининг етарлиги, маҳсулоти ва хизматига 3-5 йил ичида талаб қай даражада ўзгариб боришлиги, ички ва чет эл бозорларида маҳсулоти ва хизматига нарх даражаси ва суръати, харажатларни қоплаб, кўриладиган фойда ва даромади ҳақида тушунчаларга эга бўлиши керак.

Бизнес-режа тадбиркорнинг келгусидаги хўжалик юритиш тадбирлари ва ишлари йўналиши режасидан иборат бўлиб, уни ишлаб чиқишдан мақсад-корхонанинг бозор талаби билан зарур ресурсларни олишни аниқ ва узоқ муддатга мўлжалланган тадбирларини режалаштиришни ўз ичига олади.

Тадбиркор келажакдаги ўз фаолияти режасини ишлаб чиқиш жараёнида имкониятини таваккал қила билишлиги, иқтидорини, мақсадни қўйиш ва унга эришиш иштиёқини, харажатлар ва якуний

натижаларни тезкор ҳолатда ҳисоб-китоб қила олишлик қобилиятини ҳис қилмоғи лозим.

7.2. Бизнес-режанинг моҳияти ва вазифалари

“Бугунги кунда кичик ва ўрта корхоналар ўз фаолиятида кўплаб муаммоларга дуч келмоқда-дейди И.А.Каримов,-бунга, аввало, аксарият тadbиркорларнинг ўзи малака жиҳатдан замонавий талабларга жавоб бера олмаслиги,-уларнинг ҳуқуқий маланият ва иқтисодиёт асосларини пухта билмаслиги, бизнес-режаларни тўғри ишлаб чиқиш, кредит олиш учун ҳужжатларни тўғри расмийлаштириш, ҳисоб-китобни тўғри юритиш, хўжалик шартномаларини тузишда тажриба ва билимнинг етишмаслиги ҳам сабаб бўлмоқда” (“Халқ сўзи”, 2001 й. 18 июл).

Бизнес-режа янги иш бошлаган тadbиркорларга қуйидаги асосий вазифаларни ечишга ёрдам беради:

- фирманинг келажақдаги фаолият йўналиши ва бозорда туталиган ўрини аниқлашда;

- фирманинг ўз олдига қўйган мақсадига эришиш учун яқин ва узоқ муддатли тактика ва стратегиясини ишлаб чиқиш, шакллантириш ва бу ишда ҳар бир ишларни амалга оширишга маъсул кишиларни аниқлашда;

- фирма томонидан истеъмолчига тавсия этилувчи товарлар ва хизматлар кўрсаткичларини танлаш ва аниқлашда;

- фирма олдига қўйган мақсадга эришиш учун зарур бўладиган ишлаб чиқариш ва савдо харажатларини аниқлашда;

- мақсадга эришиш учун фирма ҳодимларининг имкониятларини баҳолаш ва мувофиқлаштиришда;

- бозорни ўрганиш, реклама, баҳоларни белгилаш, реализация каналларини ўрганиш ва ҳоказолар бўйича фирманинг маркетинг тadbирлари тизимини аниқлашда;

- фирманинг моддий ва маънавий аҳволини баҳолаш ва мақсадга эришиш учун лозим бўлган маблағлар манбаларини аниқлаш;

- фирма фаолиятини амалга оширишдаги қийинчилик ва тўсиқларни олдиндан чамалашда.

Бизнес-режани юзаки, кўр-кўрона тузиш аксари ҳолларда, фирма ишининг барбод бўлишига олиб келади. Шунинг учун уни вақтни аямай чуқур ўйлаган ҳолда мутахассислар иштирокида асосли қилиб тузиш лозим. Фирма фаолиятини бизнес-режа асосида ташкил этиш бир қанча афзалликларга эга ва тadbиркорларга ўз фаолиятини самарали олиб боришда катта имкониятлар яратиб беради. Жумладан:

- раҳбарни фирма келажақи билан жиддий шуғулланишга мажбур этади;

- раҳбарни турли тadbир ва қарорлар қўлашда ўз фаолиятини бир-бирига мувофиқлаштиришга ёрдам беради;

- фирманинг фаолияти устидан доимий назорат олиб боришга имкон беради;

- тадбиркорга мақсадга эришиш учун аниқ йўлни танлашга ёрдам беради;

-фирмани тўсатдан келадиган ноқулайликлардан анча сақлайди;

-фирма раҳбарининг ва барча ходимларнинг мажбурият ва масъулиятларини кўрсатиб беради;

-муҳими, бизнес-режа тадбиркорга мўлжаллаётган иши учун маблағ сарф этиш келажакда ўзини оқлайдиган йўлни кўрсатиб беради.

Ривожланган давлатлардаги тартибга кўра фирма қуйидаги долзарб вазифаларни ҳал этишда:

1. Кредит-қарз олиш учун армза берганда.

2. Давлат корхонасини хусусийлаштириб олиш учун таклиф киритганда.

3. Фирмада янада янги йўналиш бўйича фаолият бошламоқчи бўлганда.

4. Акция ва облигацияларни эмиссия қилмоқчи бўлганда.

5. Ўз ишига чет эл капиталини жалб этмоқчи ва ташқи бозорга чиқмоқчи бўлса, албатта ундан олдиндан ишлаб чиқилган режаси талаб қилинади.

Дастлабки босқичда бизнес-режани қисқароқ, айрим бўлимларини қолдириб тузиш мумкин. Лекин фирманинг муваффақиятини таъминлаш учун кейин уни мукаммал қилиб тўлиқ ишлаб чиқиш лозим. Чет давлатларда шундай тажриба ҳам борки, бизнес-режани бошқа бирон маслаҳатчи-мутахассисга тузириб, суҳбатлашганда уни ўзи яхши ўзлаштирмаган тадбиркор билан турли фондлар ва компаниялар ҳамкорлик ҳам қилмайдилар ва унга банк кредит ҳам бермайди.

Шу сабабли тадбиркор ўз фаолиятини амалга оширишда бизнес-режада амалга ошириш зарур бўлган ғояларини, ўз концепцияси ва стратегиясини, умумий мулоҳазаларини, шунингдек, маркетинг режаси мазмунини яхши ўзлаштирган ва англаб етган бўлиши керак.

Бизнес-режа 3-5 йилга тузилиб, 1- ва 2- йил учун асосий кўрсаткичлар квартал ва ойлар учун алоҳида ажратилиб кўрсатилиши лозим.

7.3. Бизнес-режанинг таркибий тизими ва мазмуни

Бизнес-режанинг таркибий тузилиши, бўлимлари, мазмуни бўйича ягона нухаси белгилаб қўйилмаган ва чеклашлар йўқ. Ҳар қайси тадбиркор, фирма раҳбари фаолият йўналиши, миқёси ва мақсадидан келиб чиққан ҳолда режа бўлимларини кўп ёки камроқ ҳолда турлича ёритиб тузиши мумкин. Бизнес-режа таркибига қуйидаги бўлимлар киритилади:

- Фирма имкониятлари (қисқача мазмуни)

- Фирма ишлаб чиқариш ва хизматлар фаолияти турлари.

- Товарлар сотиш ва хизматлар кўрсатиш бозорлари.
- Бозордаги рақобатлашув.
- Маркетинг режаси.
- Ишлаб чиқариш режаси.
- Ташкилий ишлар режаси.
- Фирма фаолиятини ҳуқуқий таъминлаш режаси.
- Таваққал ва хавф-хатарни баҳолаш.
- Молиявий режа.
- Молиялаштириш режаси.

Бизнес-режа бўлимларида ёритилиши лозим бўлган саволлар мазмун қуйидагича:

1. Фирма амкобиятларининг қисқача мазмуни.

Бу бўлим режанинг бошида келишга қарамай, у бизнес-режани тузишда бошқа бўлимлардаги керакли тadbирлар режаси ишлаб чиқилганидан кейин энг охирида тузилади. Чунки бу бўлим кредитор ва инвесторларда фирма тўғрисида ижобий таассурот юзага келтириши лозим бўлади. Бу бўлим фирма ҳақида тўғри ва яққол тасаввур ҳосил этади ва қуйидаги саволларга жавоб беради.:

- Фирманинг асосий мақсади, яъни:

а) маҳсулот ишлаб чиқариш ва реализация қилишни ошириб бориш миқдори;

б) режалаштирилаётган фойда миқдори;

в) бозорда фирманинг мўлжалга эришиши мумкин бўлган улуши.

- Фирманинг фаолият йўналиши, унинг учун зарур бўлган маблағлар ва уни қаердан олиш режаси. Бошқаларга нисбатан хизматлари ва товарларининг афзаллик томонлари.

- Жорий йилда мўлжалланган товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш режаси ва шундан кутилаётган тушум қиймати, фойда.

- Ишлаб чиқаришни амалга ошириш учун зарур харажатлар миқдори режаси.

- Жалб этиш мўлжалланаётган инвестициянинг фойдалилиги даражаси.

- Қарз олинган муддатлар қайси муддатда қайтарилиши кафолатланганлиги.

- Фирманинг иш характери, регистрация рақами ва алоқа манзили тўғрисида ахборотлар.

2. Фирманинг ишлаб чиқариш ва хизматлар фаолияти турлари режасини тузишда қуйидагилар ҳисобга олинади:

- Фирманинг ишлаб чиқарадиган ва кўрсатадиган хизматлари рўйхатини (иложи борича расм ёки фотографияда кўргазма қилган ҳолда) бериш лозим.

- мазкур товар ва хизматларга бўлган ҳозирдаги ва келгусидаги талаб миқдори;

- ушбу товар ва хизматларнинг амалдаги қонунчиликка мувофиқлиги;

-қайси бозорларда ва қандай усулда иштирок этиш йўли;

-нима учун бу товар ва хизматларга харидорларнинг талаби ва эътибор беришлари кучли эканлигини аниқлаш;

-мазкур товар ишлаб чиқариш ва хизматларни кўрсатишда технологиянинг алоҳида хусусияти нимада эканлиги;

-товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш қандай патент ва муаллифлик гувоҳномаси билан ҳимояланганлиги;

-товарнинг техник-иқтисодий кўрсаткичи, бошқа турдош товарлардан фарқи ва афзаллиги;

-товарнинг фирма маркаси техника маҳсулоти бўлса сотишдан кейинги хизмат кўрсатиш кафолати.

3. “Товарлар сотиш ва хизматлар кўрсатиш бозорлари” бўлимида тадбиркор товар ва хизматларини реализация қилишни мўлжаллаётган бозорларнинг ҳолатини ўрганиб, ундаги харидорлар ва бозор сегменти ҳақида маълумотга эга бўлиши керак. Бу бўлим бозорни ўрганишга йўналтирилган бўлиб, тадбиркорга товарларини қаерда, кимга ва қай шароитда сотиши хусусида тасаввур ҳосил этиши учун ёрдам беради. Бунинг учун тадбиркор дастлаб қуйидаги ҳолатдан хабардор бўлиши лозим:

1. Фирма қайси ва қандай бозорларда савдо фаолиятини амалга оширади.

2. Сотишга мўлжалланаётган ҳар бир товарлар бозорнинг асосий сегментига мувофиқ келадими?

3. Келажақда ушбу бозордаги талабнинг ўзгариш йўналиши қандай бўлиши мумкин?

4. Бозордаги талаб ва таклиф ҳолати қандай?

5. Бозордаги ушбу товарларнинг сотишнинг потенциал миқдори ва фирмани ўз товарини реал сотув миқдорига мос келишини аниқлаш.

4. “Бозордаги рақобатлашув” бўлими бозор конъюктурасини, ундаги рақобатларнинг ҳолатини, уларнинг тактика ва стратегиясини таҳлил этишга бағишланган бўлиб, қуйидаги саволларга жавоб бериши лозим:

-Сизниқига ўхшаш товар ва хизматлар билан савдо қилувчи, ўзингизга рақиб ҳисобловчи фирмалар сони ва рўйхати;

-Нима учун ушбу фирмаларни ўзингизга “рақиб” деб ҳисоблайсиз;

-Сиз “рақиб” деб ҳисоблаган фирмаларнинг бозордаги улуши ва эгаллаган мавқеи;

-Рақиб фирмаларнинг иқтисодий ҳолати, даромади, янги ишлаб чиқаришни йўлга қўйишининг имконияти қандай?

-Рақиб фирма товари ва хизматларининг техник, иқтисодий, сифат ва дизайн кўрсаткичлари қанақа?

-Рақиб фирма товар ва хизматларининг нарх даражаси ва баҳо тизими қандай?

-Ўз фаолиятингизда рақобатнинг энг асосий воситаси қилиб нимани қўллайсиз: баҳоми, сифатми, имиджми ва бошқалар.

-Рақиб фирманинг имиджи қандай?

-Рақиб фирма реклама хизматидан қандай фойдаланади ва унинг қандай турларидан фойдаланади?

-Ҳозирги вақтда рақиб фирма қандай бозор стратегияси қўллаяпти ва келажакда қандай бўлиши мумкин?

-Рақиб фирманинг устун ва заиф томонлари нимадан иборат?

5. "Маркетинг режаси" бўлимида тадбиркор ҳамкорлик қилувчи шериклари ва инвесторларига фирманинг ишлаб чиқариш, товар, бозор стратегияси режаси ҳақида чуқур ва атрофлича тушунтириш бериши лозим. Бу бўлимда товарларни реализация қилиш шакли - ўзининг фирма дўконидами ёки улгуржи савдо воситаси орқалими; товарлар нархини ошириш ва белгилаш усуллари; сарфланадиган маблағларнинг фойдалилик даражаси; сотув ҳажминини ўстириб бориш ҳисоби ва йўллари; жамоатчилик, харидорлар олдида фирма эътиборини ошириб бориш, рекламаларни ташкил этиш тадбирлари кабилар ёритилиши керак.

"Маркетинг режаси" бўлимини қуйидаги қисмлардан иборат ҳолда тузиб чиқиш тадбиркорга режасини чуқурроқ асослаб кўрсатиб беришга имкон беради:

- а) нарх соҳасидаги маркетинг;
- б) товарни кенгроқ ёйиш схемаси;
- в) сотувни рағбатлантириш усули;
- г) миқдорларга сотувдан кейинги хизматни ташкил этиш;
- д) реклама;
- е) фирма ва товарлар тўғрисида жамоатчиликда ижобий фикрни шакллантириш.

Нарх соҳасидаги масалаларни ҳал этишда тадбиркор қуйидаги саволларга жавоб топиши керак:

1. Фирманинг нархни белгилашдаги ёндошуви қандай бўлади, қайси стратегиядан фойдаланади?

-юқори сифат юқори баҳо;

-рақобатчиини товар нархига кўра белгилаш;

-кам ишлаб чиқариш харажатлари ва паст нарх.

2. Фирма томонидан чиқарилган товар ва кўрсатилган хизматларга қандай нарх белгиладингиз?

3. Товар нархига сотувдан кейинги кўрсатилган хизматлар харажатини қўшиш лозимми ёки қўшмаслик ҳам мумкинми?

4. Белгиланган нарх харажатларнинг унга бўлган талабини ва рақобатбардошлигини қанчалик акс эттиради?

5. Шу белгиланган нархда сиз бозорнинг асосий қисмини назорат қила оласизми?

6. Белгиланган нарх сиз яратмоқчи бўлган фирма имиджига мувофиқ келадими?

7. Белгиланган нархга харидорлар қандай муносабатда бўлишлиги мумкин?

8. Баҳони рағбатлантириш сиёсатидан фойдаланиладими?

9. Рақобатчилар ўз товарлари нарҳини пасайтирганда фирма қандай ҳаракат қилади?

10. Умуман фирманинг нарх сиёсати қандай бўлади?

Товарларни кенгроқ ёйиш схемасини ёритишда муаммолар ечимига алоҳида эътибор бериш лозим:

-ҳар қайси товарнинг бозорга келиш схемаси

-уни кўчиришнинг энг маъқул схемаси ва унда қандай транспорт (темир йўл, пароход, автомобиль ва бошқа) воситасидан фойдаланилади;

- фирманинг ўз транспорти борми ёки бошқа фирмаларнинг хизматида фойдаланадими?

-бозорга нисбатан омборхона ва дўконларнинг жойлашуви қандай, унда товарлар захираси қандай бўлиши лозим ва унинг сигими етарлими?

-савдони мустақил олиб борган яхшими ёки воситачи орқалими?

-сотилиши нуқтаи назаридан, мамлакат ичида ва четга чиқаришга товарларнинг қандай миқдори маъқул?

-ҳар бир савдо шаҳобчасидаги сотувчилар сони ва малакасини қандай белгилаб баҳолайсиз, унинг ишининг муваффақиятли боришини қандай баҳолайсиз: тушумга кўра, миқдорларга кўрсатиладиган хизматларга кўра, миқдорлар сонига кўра, тузилган шартномаларга кўра;

-сотувчилар, воситачилар ва дилерлар зарур маълумотлар билан таъминланганларми?

Сотувни рағбатлантириш усулларини баён этишда қуйидагиларга эътибор бериш керак:

-фирманинг ўзига хос стили мавжудми ва қандай?

-савдо белгисида ва этикетиди ўзига жалб этувчи кўриниши борми ва этикетдаги ёзувлар харидор талабига жавоб берадими?

-сотувни рағбатлантиришда қўлланадиган кредитга бериш, скидка жорий этиш, арзонлаштириш, кафолатли хизмат, имтиёзли баҳо усулларида маъқуллини танлаш ва баҳолаш қандай амалга оширилади?

-Ярмарка, савдо кўргазмалари ва шунга ўхшашлар ташкил этиладими?

-Фирмага савдо агентлари ва истеъмолчилар ташриф этиладими ва истеъмолчига татиб кўриш ва синаш учун намуна таклиф этиладими?

Миқдорларга сотувдан кейинги хизматни ташкил этиш тизимини баҳолашда қуйидаги саволларга жавоб бериш лозим:

1. Сотувдан кейинги хизматнинг турлари ва сифати истеъмолчиларни қаноатлантирадими ва истеъмолчиларга нисбатан сервис хизмати пунктларининг жойлашуви қулайми?

2. Сотувдан кейинги хизматларнинг қиймати рақиб фирманикига нисбатан қандай?

3. Сотувдан кейинги хизмат турларини яхшилаш ва рақиб фирманикидан устунликка эришиш учун нима қилиш керак?

Реклама ишларини амалга ошириш учун қарор қабул қилишда тadbиркор қуйидаги саволларга жавоб топиш керак:

-рекламадан ўз олдига қўйган мақсад ва бу мақсад билан фирма мақсадининг мутаносиб боғлиқлиги;

-реклама учун қанча маблағ ажратилади ва унинг қайси турларидан фойдаланилади?

-реклама агентликларни қандай манбадан фойдаланган ҳолда тарғиб қиладилар ва рекламанинг таъсирчанлигини ошириш ҳисобига товар сотуви ва фойда қандай бўлади?

Жамоатчиликда яхбий фикрни шакллантиришга эришиш:

- Умуман фирмада жамоатчилик билан алоқа тизими ўрнатиш лозими?

-Оммавий ахборот воситалари ва жамоатчилик билан учрашувлар ташкил этиш мақсадга мувофиқми?

Мотивий режа.

- Режалаштирилган тadbирлар ва эришилган натижалар.

- Мўлжалланган инвестиция режалари.

- Хўжалик фаолияти натижаси бўйича ҳисоб-китоблар ва ҳисоботлар.

Ишлаб чиқариш режасини товар ишлаб чиқариш фаолияти билан шуғулланмоқчи бўлган тadbиркорларгина тузадилар ва улар қуйидаги саволларга жавоб беришлари лозим:

-товар қандай корхонада ишлаб чиқарилади, янгидан ташкил этилган корхонадами ёки эски корхонадами?

- корхонанинг бозорга, хом ашё етказиб берувчиларга, ишчи-хизматчиларга, транспортга ва бошқаларга нисбатан жойлашган манзили қулайми?

-қандай ишлаб чиқариш қуввати талаб қилинади ва қанақа муддатларда ишга туширилади?

-ишлаб чиқаришни амалга ошириш учун қанақанти асосий маблағлар зарур ва келажакда у қанчага ўсиши мумкин?

-ишлаб чиқаришни ташкил этишда юзага келиши мумкин бўлган қийинчиликлар.

-хом ашё ва комплектовчи буюмлар қимлардан ва қанақа шарт асосида олинади?

-ҳамкорлик қилишмоқчи бўлган фирмаларнинг обрў-эътибори (репутацияси)қандай?

-биронта фирма билан шерикчилик асосида фаолият юритадими? Унинг обрў-эътибори қанақа?

-ишлаб чиқариладиган товарга, унга зарур хом ашёга лимит жорий этилганми? Жорий этилган бўлса, унинг сабаби ва вазиятдан чиқиш йўли қандай?

-товар сифатини назорат қилиш қандай усулда, нимага асосланган ҳолда олиб борилади?

-атроф-муҳитни муҳофаза қилиш ва чиқиндиларни зарарсизлантириш тизими кўзда тутилганми?

-ишлаб чиқариш харажатлари ва унинг ўзгариш суръати қанақа бўлади?

Ташкилий ишлар режасида фирманинг ташкилий таркиби ва ундаги ишчи-хизматчилар ҳақида ахборот ва маълумотлар берилди. Бу бўлиمنى куйидаги 4 гуруҳдан иборат саволларга жавоб тузган ҳолда ёритиш лозим:

1. Фирманинг ташкилий тартиби;

1.1. фирмани бошқаришнинг ташкилий схемаси;

1.2. шаҳобчаларнинг (агар бўлса) тизими ва вазифалари;

1.3. фирманинг алоҳида бутун ва шаҳобчаларнинг биргаликда фаолиятини мувофиқлаштиришни ташкил этиш.

Фирма ишчилари.

- Касблар бўйича каярларга талаб;

-Малакасига қуйиладиган талаб;

- Ишга жалб этиш шакли: доимий, ўриндошлик бўйича ёки уйига олиб кетиб ишлаш;

- Фирма жойлашган манзилда малакали ва малакасиз ишчи кучининг мавжуд сони;

- Фирма учун зарур ишларни махсус тайёрлаш шакли;

-Ушбу ҳудудда жойлашган бошқа фирмаларлагига нисбатан ишчи ва хизматчиларга белгиланган қўшимча моддий имтиёзлар афзаллиги;

- Иш режими ва тартиби.

Бошқарув ходимлари.

-Раҳбар ва бошқарув ижрочи ходимларнинг ёши, маълумоти, қанча акцияга эгаллиги, ҳуқуқи, мажбуриятлари, иш тажрибаси, афзаллиги ва заиф томони, ўз устида ишлашга лаёқати ва шунга ўхшаш маълумотларни бериш лозим;

-бошқарув ходимларига иш ҳақи тўлаш ва меҳнатни рағбатлантириш тизими.

Фирманинг кадрлар сиёсати.

1. Ходимларни танлаш принципи;

2. Ишчиларни ёллаш принципи - шартнома асосида ёки бутун умрга ё синов муддати орқали ва ҳ.к.

3. Мутахассисларнинг малакасини ошириш ва қайта тайёрлаш тизимини ташкил этиш йўллари.

4. Ходимларнинг иш сифатини баҳолаш усуллари.

5. Ишчиларни юқори лавозимга кўтариб бориш шarti ва тизими.

Фирма фаолиятини ҳуқуқий таъминлаш режасида уни ҳўжалик фаолиятини ташкил этиш ва ҳуқуқий таъминлаш билан боғлиқ барча маълумотларни келтириш лозим, жумладан:

- ташкил этилган ва рўйхатдан ўтказилган сана;
- қаерда ва ким томонидан рўйхатга олинган;
- таъсис этувчи ҳужжатлар;
- рўйхатга қўйилган офис манзили;
- мулк шакли;

-ҳиссадорлик жамияти бўлса, акцияларнинг қанча улуши кимда эканлиги ҳақида маълумот;

-устав фонди ва унда акция капиталининг улуши;

-чиқаришга рухсат берилган, сотилган акциялар миқдори ва бир акциянинг қиймати;

-фирма фаолиятининг давлат назорати остида бўлишига белгиланган жиҳати;

-фаолият турлари бўйича лицензиялар нусхаси;

- фаолият турлари бўйича бошқа ташкилотлар билан тузилган шартнома ва битимлар нусхаси;

-фирма фаолиятининг қонунийлигини таъминловчи бошқа ҳужжатлар; патентлар, ижара шартномаси, савдо маркаси ва белгиси ҳамда шунга ўхшашлар.

Таваккал ва хавф-хатарни баҳолаш режасини тузишдан мақсад тадбиркор ўзининг бўлғуси инвестор ва кредиторларига муважжалланганлигини амалга оширишда юзага келиши мумкин бўлган хавф-хатар, таваккалчилик ва ундан ҳимояланиш йўллари баён қилишдир. Буни ёритишда тадбиркор қўйилаги асосий вазиятларга эътибор бериши зарур:

1. Юзага келиши мумкин бўлган хавф-хатар рўйхати, унинг эҳтимолини даражаси ва етказилиши мумкин бўлган зарарини кўрсатиш.

2. Хавф-хатарнинг олдини олиш ва бартараф этишнинг ташкилий тадбирларини ўтказиш.

3. Таваккални, хавф-хатарни сугуртлаш дастурини тавсия этиш.

Молиявий режа бўлими мавжуд пул маблағидан самарали фойдаланиш мақсадида фирманинг молиявий таъминоти фаолиятини режалаштиришга бағишланади. Бу бўлимда қуйидаги режа ҳисоби ҳужжатлари йиғиндисини ишлаб чиқиш лозим:

1. Тезкорлик билан амалга ошириладиган (оператив) ишлар режаси (ҳисоботи).

2. Даромадлар ва харажатлар режаси (ҳисоботи).

3. Пул маблағининг ҳаракати режаси (ҳисоботи).

4. Баланс ҳисоби (режаси). Ушбу режа ва ҳисоботлар бир неча кўрсатишлар тизими асосида махсус ҳисобланади ва уларда келтирилган рақамлар асосида фирманинг молиявий аҳволи таҳлил этилади.

6. Молиялаштириш стратегияси бўлаёмида янги фирмани ташкил этиш ёки амалдагини кенгайтиришни молиялаштириш режаси баён этилади. Бунда тадбиркор қуйидаги саволларни тушунтириши лозим:

1. Тавсия этилаётган лойиҳани амалга ошириш учун қанча маблағ талаб этилади?

2. Зарур маблағни қасрдан ва қандай шаклда олиш мумкин?

3. Сарф этиладиган маблағни қоплаш, қайтариш ва даромад олиш муддати қанча?

4. Даромад миқдори қандай бўлади?

VIII БОБ. ТАДБИРКОРЛИҚДА МЕНЕЖМЕНТ

1. Менежмент тушунчаси ва тадбиркорликдаги роли

Корхоналар (фирмалар) ишлаб чиқариш фаолиятининг энг муҳим элементларидан бири менежментдир. Менежмент махсус бошқарув фаолият бўлиб вақт ўтган сайин такомиллашиб ўзгариб борди.

Менежмент фирманинг ишлаб чиқаришнинг ташкил этиш, молиявий фаолият жараёнларини бошқаришни ўз ичига олади.

Менежмент ёки бошқаришнинг объекти корхона фаолияти, унинг субъекти эса бошқариш ишини бажарувчи идоралар ва уларнинг ходимларидир.

Менежмент иши - корхона фаолиятига тегишли қарорлар қабул қилиш ва унинг ишини ташкил этишдан иборат юқори, ўрта ва қуйи поғоналардан иборатдир.

Ғарб иқтисодий адабиётларида менежмент бошқарув фаолиятининг икки кўринишини фарқлаб кўрсатади.

1. *Техник фаолият*. Бунда маълум бир соҳа ва тармоқларда ишлатиладиган материаллар, техника ва технологияларни ишлаб чиқаришга жорий этиб ўзлаштириб олиш.

2. *Менежментнинг бевосита бошқарув фаолияти*. Бунда ишлаб чиқариш жараёнини ташкил этиш ва шу жараёнда ходимларнинг ҳаракатда бўлишини уюштириш ва уни доимо назорат қилиш.

Менежмент ўзининг техник фаолиятида асосан техника ва технологияни тушунадиган, уларни амалга оширадиган юқори малакали мутахассисларни топиб, жалб этиб шароит яратиб бериши талаб қилинади.

Бевосита бошқарув фаолиятида эса қўл остидаги ходимларни меҳнатга жалб этиб, уларни жипслаштириб, қўйилган вазифани сифатли бажаришни таъминлаш катта аҳамиятга эгадир. Бунда иқтисодий усуллардан фойдаланиб қўл остида ишловчиларни шахсий ва гуруҳий манфаатларни кўтариш учун қўшимча ҳақ тўлайди, мукофотлар беради. Шу асосда ишнинг самарасини ўстиради.

Яъни одамларни ишлата билиш маҳорати менежерга хос хислат бўлиши керак.

Ҳозирги замон иқтисодиётида менежмент учун ва уни амалга оширадиган менежер учун энг муҳими - бевосита бошқарув фаолиятидир. Менежмент фаолиятининг асосий тамойиллари жаҳон тажрибасида қуйидагиларни ҳисобга олади:

-менежмент ишлаб чиқаришга одамларни жалб этиш, жипслаштириш, қобилиятини намоён этиши учун барча шарт-шароитларни яратиб бериш.

-менежмент энг принципиал масалалардан бири ўз минтақасидаги маданият, урф-одат, миллий анъаналар билан чамбарчас боғлиқ, миллий

хусусиятни ҳисобга ола билиши. Ижтимоий руҳий усулдан фойдаланади, бунда ижтимоий-маънавий вазиятга таъсир этади. Кишиларнинг руҳиятини ҳисобга олиб уларнинг ижтимоий талабларини қондириш орқали бошқаришдан фойдаланади.

- менежмент корхона (фирма) олдидан турган вазифани аниқ таърифлаши керак. Вазифа аниқ ва вақти белгиланган бўлса бажарилиши осон бўлади.

- менежментнинг яна бир муҳим вазифаларидан бири, ишлаб чиқаришни ва унинг технологиясини доимий равишда мукаммаллаштириб, ходимларнинг маҳоратини ошириб бориши керак. Корхонадаги ишчи-ходим ўз малакаси, билимига яраша вазифани бажаради. Менежмент шу одамлар ўртасидаги коммуникацияни (мулоқотни) ҳам, уларнинг ҳар бирининг шахсий масъулиятини ҳам ўстириб, уларга таяниб иш юритиши керак.

- менежмент корхона (фирма) фаолиятини доимий равишда ўрганиб бориши йўл қўйилган хато-камчиликлар бўлса уни тузатиш зарур чораларини кўриш. Шунингдек корхоналарнинг ички аҳволи ва ташқарида бўладиган таъсирни ҳам ҳисобга олиш, бозор фаолиятини ҳам ўрганиши зарур.

- ниҳоят, ҳозирги замон иқтисодийётида, ишлаб чиқаришни ихчамлаштириш, шароитга қараб тез ўзгартириш (маневрлик) имкониятига эга бўлган кичик-кичик партиаларда маҳсулот ишлаб чиқадиган, аниқ истеъмолчига мўлжалланган маҳсулот ишлаб чиқарувчи кичик ва ўртача корхоналар давридир.

- менежмент иш бошқаришда маъмурий усулдан фойдаланади. Буйруқ ва фармойишлар орқали йўл-йўриқлар кўрсатилиб борилади.

8.2. Бошқаришни ташкил этиш ва унинг вазифалари

Мустақил корхоналар (фирмалар) - тегишли тарзда ташкил этилган ва муайян неъматларини ишлаб чиқариш мақсадида мувофиқлаштирилган моддий ҳамда иш кучи ресурсларининг бирлашмасидир. Бундай анчагина мавжум таърифни мўъжаз, ҳатто жуда кичик (5-10 киши ишлайдиган) корхоналар учун ҳам, оборотлари Австрия, Дания ва Норвегиянинг биргаликда олинган ялпи миллий маҳсулотидан ошиб кетадиган "Женерал моторс" (салкам 900 миля киши ишлайдиган) туридаги ниҳоятда катта корхоналар учун ҳам қўлласа бўлади.

Фирмани ишлаб чиқариш жиҳатидан ташкил этиш ўз ичига қуйидагиларни олади:

1) умумий вазифаларни таърифлаш (фирма нималарни, қандай мақсадда ишлаб чиқаради);

2) ишнинг аниқ турлари учун вазифаларини белгилаш (ишлаб чиқариш, молгия операциялари, тижорат ва ҳоказолар учун);

3) бўлинмалар учун вазифаларни ўртага қўйиш (1-цех учун, 2-цех учун вазифалар ва ҳоказо);

4) ваколатларни бериш (ким нима иш, қандай ҳажмда қилиши керак ва бажарилган иш учун ким олдида ҳисоб бериши керак);

5) қарорлар қабул қилинишининг самарадорлигини, иш-ҳаракатларни назорат қилиш ва мувофиқлаштирилишини таъминлайдиган коммуникациялар тизимини йўлга солиш;

б) ташқи муҳитга нисбатан сезгирликни таъминлаш (корхона бозор талабининг ўзгаришига мослашувчан бўла олиши учун).

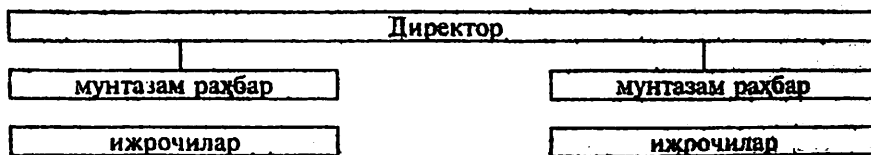
Фирма ташкилий қурилишига бир қатор объектив омиллар: илмий-техникавий (техника, технология, илмий тадқиқотлар); ташкилий (ихтисослаштириш кооперациялаш, бирга қўшиш, ишлаб чиқариш миқёси ва ҳоказо) омиллар; иқтисодий конъюнктура ва ҳўжалик фаолияти, меҳнат харажатлари ва ҳоказолар ўзаро нисбатининг ўзгариши, социал-сиёсий омиллар (давлатнинг ролни ва таъсири, маълумий демографик муҳит, халқаро вазият) таъсир кўрсатади.

Компания мақсадларига эришгандагина фирманинг ташкилий тузилиши самарадор ҳисобланади. Одатда ҳар бир фирма, ўз миқёси ва фаолиятининг ўзига мослигидан қатъий назар, ўз олдига бир талай мақсадларни қўяди. Бунда улар қанчалик аниқ ва равшан бўлса, уларга эришиш учун тегишли истиқболни танлаш шунчалик осон бўлади. Фирманинг истиқболи деганда мақсадларга энг мақбул тарзда эришиш учун ресурслардан қандай фойдаланиш борасидаги кенг миқёсли концепция тушунилади.

Ташкилий тузиламалар типлари. Улар бешта.

Чизиқли (поғонали) тузилиш (1-расм) юқори ва тоёбь бўғинлар (бўлинмалар, ходимлар) ўртасидаги тўғри бўйлама алоқаларни ифодалайди, кўп босқичли тавсифга эга бўлди (масалан бирлашма директори, касаба бошлиғи, уста ва ишчи). Бу ҳўда олдий тузилма, уни осон қўллаш мумкин. Алоқалар тизими коммуникациянинг қисқа каналларига эга ҳар бир ходим ҳуқуқ ва бурчларининг равшан белгиланб қўйилиши эса топширилган ишнинг аниқ-пухта бажарилишига ёрдам беради.

(1-расм)



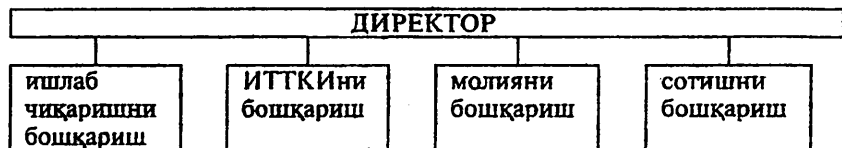
Бироқ бу тузилмада бир талай камчиликлар мавжуд, шу жумладан унчалик мослашувчанлиги катта эмас ва бунга қобиллик паст, бу эса

буйруқбозлик ҳамда расмиятчилик пайдо бўлиши учун озиқ берувчи манбадир.

Чизиқли-штаб тузилиши. Ишлаб чиқаришнинг ўсиши, технологияларнинг мураккаблашуви, ишлаб чиқарилаётган маҳсулот номенклатурасининг кенгайиши билан мунтазам раҳбарлар ахборотнинг катта оқимидан бохабар бўлиб туришлари, барча жараёнларни кузатиб боришлари борган сайин қийинлашади. Шу сабабли марказий раҳбарият қошида ҳам, мунтазам раҳбарлар қарорлар қабул қилишда раҳбарларга ёрдам беришдан иборат. Шундай бўлсада муайян афзалликларга қарамай, чизиқли-кенгаш муносабатларида буйруқбозликка мойиллик сақланиб қолмоқда.

Чизиқли вазифавий тузилиш. Уни барпо этишнинг асосий қондаси ҳокимият ва масъулиятни бошқаришнинг алоҳида вазифалари: режалаштириш, ишлаб чиқариш, молия, сотиш, таъминлаш ва ҳоказолар бўйича гуруҳлаштиришдир (2-расм).

(2-расм)



Тегишли шароитда бундай тузулма етарлича самарадор ва қулайдир. Лекин бозор конъюктураси кескин ўзгарган тақдирда ташкил этишнинг бундай вазифавий тури зарур мослашувчанликни таъминламайди. Шунга қарамай, жуда кенг, айниқса АҚШ ва Фарбий Европа мамлакатларида тарқалган.

Марказлаштирилмаган вазифавий тузилиш. У бугун ишлаб чиқариш тузилмасини маҳсулот турлари бўйича тақсимлашга асосланган. Мисол учун, Американинг "Боинг" корпорациясида моторсозлик, фуқаро самолётлари, ҳарбий авиация техникаси бўлинмалари мавжуд. Бўлинма бошқарувчиси муайян маҳсулотларни ишлаб чиқариш учун - гоёни ишлаб чиқаришдан тортиб, сотишга қадар-жавобгар. Олий раҳбарлик эса умумий, хусусан фақат ташқи иқтисодий масалалар билан шуғулланади ва ишлаб чиқаришни диверсификациялаш соҳасидаги сиёсатни белгилайди (масалан, янги бўлинмани барпо этиш ёки, аксинча мавжудларидан бирортасини тугатиш масаласини ҳал этади). Бундай тузилма ҳудудий жиҳатдан тарқоқ бўлган ҳолда айниқса самарадордир. Лекин бу ерда ҳам маҳсулот, технологияни доимо янгилаш муаммосини ҳал этишга тўғри келади, бўлинмалар ўсиб борган сари марказлаштирилган вазифавий тузилмага хос бўлган камчиликлар намоён бўлади.

Матрицавий тузилма. У маҳсулотни нисбатан қисқа “умр” кўрадиган ва тез-тез ўзгариб турадиган фирмалар томонидан қўлланилади. Ушбу тузилмани “Тур” кўринишида тасаввур этиш ҳам мумкин, бунда бўйламасига вазифавий тузилмалар, ишлаб чиқариш, савдо, режалаштириш, ИТТКИ-илмий-таъқиқот ва тажриба-конструкторлик ишлари, энига-технология ва бошқарув соҳасида янгиликларни жорий этиш билан шуғулланувчи махсус тузилган гуруҳлар жойлашади. Бундай гуруҳлар вақтинчалик негизда шакллантирилади, бунда дастурни (А, В, С) бошқарувчига лойиҳани рўёбга чиқаришнинг бундай даври учун вазифавий бўлимларидан (бўйламасига) ходимлар ва ресурслар берилади.

Бундай тузилма бозорда талабни ўзгаришига тезкор муносабат билдиришга қодир. Бироқ фирма ўсиши билан у ҳам бошқарувни бюрократлаштиришга ва инновация қобилиятлар пасайишига мойил бўлади.

Шундай қилиб, бошқарувнинг қараб чиқилган ташкилий тузилмалардан бирортасини ҳам рамзий тузилма деб бўлмайди. Шунинг учун ҳар бир фирма ишлаб чиқариш ва иқтисодий муҳитнинг ўзга хусусиятларидан келиб чиқиб, унинг талабларини энг кўп даражада қондирадиган ташкилий тузулма турини танлаши керак. Агар у ёки бу чизикни соф кўринишда қўллаш мумкин бўлмаса, уларни бирга қўшиш воситасида зарур тузилмага эга бўлади.

8.3. Менежмент назарияларининг тадрижий ривожланиши

Сўзни “менежмент” атамаси кўп миқдорда талқинга эга эканлигидан бошлаймиз. Чунончи, инглиз тилининг оксфорд луғатида улар иккита: 1) бошқарув ҳокимияти ва санъати; 2) ташкилот ресурсларини бошқарув бўйича алоҳида моҳирлик ва маъмурий кўникмалар. Илмий атамашуносликда менежмент деганда одатда шундай ижтимоий-иқтисодий жараён тушуниладики, унинг воситасида ўз олдига қўйилган мақсадларга эришиш учун фирма ресурсларига раҳбарлик қилиш амалга оширилади.

Шуни таъкидлаш керакки, “менежмент”-“бошқарув”га қараганда анча тор тушунча. Мисол учун, машина, дастгоҳ, технологик линияларни бошқариш мумкин, бу эса муҳандис ва технологларнинг вазифасига кирди. Менежмент аини фирманинг ижтимоий-иқтисодий жараёнларини бошқаришни англатади.

Илмий фан сифатида менежмент XIX аср биринчи ярмида-капитализм туғилиши билан пайдо бўлди. Уша вақтда у жунгина эди. Унинг асосий тавсифи ҳарбий нусха бўйича барпо этилган ташкилот тузилмаси эди. Дастлабки менежерлар армия интизоми, жазо билан кўрқитиш, ҳар қанадай буйруқ ва фармонларга сўзсиз итоат этиш усулларини қўллаганлар. Бундай бошқарув меҳнат ресурсларидан

фойдаланиш, улардан иложи борича кўпроқ қўшимча қийматни ундиришнинг ҳолати самарали усули сифатида қаралган.

Кейинчалик "илмий менежмент" деб ном олган дастлабки мумтоз менежмент мактабининг шаклланиши XX аср бошларига оиддир. Бу мактаб сарчашмаларида америкалик муҳандис ва ихтирочи Ф.Тейлор (1856-1915) турган эди, унинг назарияси кейинроқ "тейлоризм" деган ном олди. Унинг асосий йўналиши ёлланма ишчилар меҳнатининг унумдорлигини оширишда ҳолати самарадор ва мақбул усулларини излашдир. Унинг асосий қондалари қуйидагилардан иборат: барча меҳнат операциялари, уларнинг миқдори ва кетма-кетлиги аниқ-пухта ихтисослаштирилиши ва қатъий вақт оралиқларида тақсимланиши керак; ҳар бир меҳнат операцияси ва ҳатто ҳар бир ҳаракат пухта ишлаб чиқарилган қондалар ва меъёрларга бўйсундирилиши, юқоридан белгилаб берилган иш усуллари ва қондаларини бажариш доимий талабчан назорат амалга оширилиши керак. Қисқаси, ишчида бошлиқларнинг барча буйруқларини ҳеч қандай мулоҳаза юритмасдан аниқ ҳамда тез бажариш талаб қилинади. Бунда чизикли-поғонали тузулма ҳукмрон ташкилий шакл бўларди.

Шундай қилиб, бошқарувнинг ноиндустрія усулларида илмий менежментга ўтишни тавсиялар эканми, шуни айтиш мумкинки, моҳиятга қараганда аслида шакл алмашиши ҳолос: меҳнатга жисмонан мажбурлаш асос бўлган ишлаб чиқаришни бошқаришнинг тарқоқ, тартиблаштирилмаган усуллари ёлланма ишчи фикрсиз робот ўрнида чиқадиган яхлит концепция ўсиб чиқди.

Бундай бошқарувнинг акси ҳаракат сифатида АҚШда 20-30 йиллар чегарасида "тейлоризм"га қандайдир даражада қарши турувчи янги назария-инсоний муносабатлар назарияси пайдо бўлди. Америкалик жамиятшунос ва руҳиятшунос Э.Мейс (1880-1949) бунга асос солди. Бу назариянинг ўзак ҳолими шундай: ташкилот шахсни эзган ҳолатида унинг самарадор ва натижа келтирувчан бўлиши мушкул, ташкилот шахс ўзини намоён этишини рағбатлантирган ҳолатида эса унинг янгиланмаслиги ва такомиллашмаслиги мушкул. Инсоний муносабатлар нуқтаи назаридан олганда, ишчи-фикрсиз робот эмас, балки обрў-эътиборда ўз-ўзини ҳурмат қилишда, кадр-қийматини ҳис этиш, бошқа кишилар томонидан маъқулланиш, шахсий мақсадлар ва манфаатларга эришишга интилишда муайян ижтимоий эҳтиёжларга эга бўлган индивиддир. Айни индивидлар компания ва фирмаларнинг манбаи эканлигидан келиб чиқиб, инсоний муносабатлар мактаби бошқарувнинг ташаббускорлигидан, ишчилар билан ҳамкорликда, компанияда "бирдамлик руҳи" ва "муштараклик туйғуси"ни шакллантиришдан фойдаланиш ҳамда уларни рағбатлантиришга асосланган тегишли усулларни ишлаб чиқди.

Инсоний муносабатлар мактабининг атоқли вакили бўлган америкалик олим Д.Мак-Грегор (1906-1964) ўқитган эдики, инсон ҳулқ-атворининг икки модели, ходимнинг ўз меҳнатига муносабатининг

икки тури мавжуд, менежер улардан фойдаланган ҳолда ишчилар меҳнатининг асослашнинг ғоятда самарадор усулларини белгилаши керак. Биринчи моделга кўра, намунавий ёлланма ходим табиатан ялқов бўлган киши, шу сабабли у топширилган ишдан бўйин товлашга урунади, унда иззатталаблик, масъулиятни сезиш, фаҳм-фаросат етишмайди. Бундан эса шундай хулоса чиқади: бундай ходимни доимо мажбурлаш, назорат қилиш, жазолаш ва жарима солиш билан кўрқитиб туриш зарур. Иккинчи модель биринчисига қарама-қарши: ёлланма ишчилар табиатан фаол, уларга ташаббускорлик ва уддабуронлик, ўз зиммасига масъулият олиш салоҳияти хосдир. Ушбу ҳолда менежерлик вазифаси кишилар ўз мақсадларига ва қизиқишларига ғоят мақбул тарзда эриша оладиган шарт-шароитни барпо этишдан иборат, компаниянинг сиёсати ва истиқболи эса ходимларнинг ҳулқ аъворига асосланган ҳолда ташкил этилиши керак. Иккинчи моделга мувофиқ келувчи ишчининг рағбатлантириш ва унга қудай муҳит яратиб беришгина кифоя қилади.

Албатта, бу иккала модель фақат назарий мавҳумотдир, амалиётда улар соф кўринишда мавжуд эмас. Инсон зиддиятли мавжудот, у ўзида ҳам биринчи, ҳам иккинчи моделлар сифатини бирлаштиради. Шу сабабли менежмент усулларига ҳам интеграцияланган кўриниш касб этмоғи даркор.

80-йилларда Америка фуқароси бўлган япон олими Уильям Оучи "Z" назариясини таклиф қилади. Бу назария "Д" Мак-Грегер назариялари, япон ва амриқо менежменти тажрибасидан келиб чиқиб уларнинг У.Оучи тахминини бўйича, энг кучли томонларнинг ғояларини ўз ичига қамраб олади.

Бунинг асосий уч ғояси мавжуд:

1. Умуман ҳар қандай фирманинг фаровонлигини таъминловчилар - ўз имкониятларини амалга оширувчилар - ходимлардир.

2. Фирма - бу мисоли жонли организм. Бунва ягона мақсад сари бирлашган одамлар фаолият кўрсатадилар.

3. Ҳам фирма, ҳам унинг одамлари мунтазам равишда янгилашиб, ўзгарадилар ва шу янгиланиш орқали бозордаги ўзгараётган шароитга мослашадилар.

Иқтисодий адабиётларда, ўз имкониятларини амалга оширувчи ходимлар, бизнес менежмент нуқтаи назардан қараганда, уч тоифага бўлинади.

Биринчиси - иқтисодий одам. Унинг асосий мақсади, фикри зикри кўпроқ пул олишдир. Демак, уни ишлатиш учун кўпроқ моддий рағбатлантириш ёки жаримага аҳамият бериш керак. Иқтисодий одамнинг асосий заиф томони шундаки, у оддий қилиб айтганда, "пул деса ўзини томдан ташлашга ҳам тайёр". Агар бошқа фирма кўпроқ пул ваъда қилса ишлаб турган жойини бемалол тарк этаверади.

Иккинчи тоифа - социал одам. Булар ўз кучларига ишонмайдиганлар, давлатдан ёки фирмадан ҳомийлик кутадиган одамлар. Буларда ташаббускорлик камроқ бўлади.

Үчинчи тоифадаги одам -, айнан ўз имкониятларини амалга оширувчи ходимлар. Булар ҳам ўз моддий томонига аҳамият берадилар ҳам ташаббускор, янги-янги ғоялар таклиф қилувчи бўладилар. Энг муҳими, улар фикрига садоқатли бўладилар. Фирманинг яхши, ёмон куларида уни қўллаб-қувватлайдиган фаровонлигини таъминлайдиганлар ҳам шулар бўлади.

Фирмалар ходимларига алоҳида эътибор бериб - энг истеъдодли одамларни фирмада ишлашга жалб этиш, Уларнинг малакаларини ошириш; ходимлар устидан қаттиқ назорат қилиш ўрнига уларга эркинлик бериш мустақил ишлаши учун шароит яратилиши керак. Бу ходимларнинг ўз фикр-мулоҳазаларини бемалол изҳор қилиш, ташаббускорлигини орттиради.

Дунёга донғи кетган фирмалар “ИБМ” ҳамда “Сони” фирмалари одамларни рағбатлантириш учун уларни оила аъзолари қатори кўриб, ушбу оиланинг энг эъзозланадиган аъзоларигақўрсатиладиган ҳурмат уларга ҳам кўрсатилиши кераклигига алоҳида эътибор берадилар.

8.4. Ҳозирги замон менежментининг асосий бошқариш усули

Ҳозирги замон бозор иқтисодиёти шароитда менежмент фирманинг ички ишлаб чиқариш фаолиятини бошқаришнинг асосий вазифаларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- фирма ишини режалаштириш;
- раҳбарлик ва етакчилик қилиш;
- лавозимларни бутлаш, ходимларни жой-жойига қўйиш;
- меҳнатни илмий асосда ташкил қилиш ва асослан;
- янгиликларни бошқариш ва уларнинг ишлаб чиқаришга жорий этиш бориш;
- ишлаб чиқараётган маҳсулотлар сифатини юқори кўтаришни бошқариш.

Режалаштириш. Фирма ичидаги режалаштиришдан мақсад-фирма олдида турган мақсадларга эришиш учун нима, ким томонидан ва қандай қўлланилиши кераклигини аниқлашдир. Марказий режалаштириш хизмати бевосита олий маъмурият қошида жойлашиши ва тўғридан-тўғри компания президентиға бўйсунити одати унинг ҳозирги фирма учун катта аҳамиятға молик эканидан далолат беради.

Режалар узок муддатли, ўртача муддатли, қисқа муддатли бўлади.

Узок муддатли режалаштириш-фирманинг умумий мақсадлари ва истиқболини белгилаш бўлиб, мавжуд ресурсларни ривожлантириш, тақсимлаш ва улардан фойдаланиш бўлимға бўйсунати. Узок муддатли режалар бизнеснинг диверсификациялаш, мулкчилик сиёсати,

хориждаги сиёсат сингари ва ҳоказо кенг масалалар бўйича истиқболга эга. Узоқ муддатли режалар одатда, 10, 15, 20 йилга ишлаб чиқилади. Ўртача муддатли режалаштириш ходим сиёсатини, умумий ишлаб чиқариш истиқболи умумий молия сиёсати ва ҳоказоларни қамраб олади. Қисқа муддатли режалар (одатда 1 йил учун) муайян муаммоларни ҳал қилиш мақсадидда мавжуд ресурслардан фойдаланишни белгилайди.

Фирманинг кичик режалари, шунингдек мудофаа ва ҳужум режаларига бўлинади. Мудофаа режалари сотиш бозорида мавқеларни ушлаб қолиш ва фойда даражасини сақлаб қолишга қаратилган ҳужум режалари рақобатчилар устидан устунликни ўрнатишга хизмат қилади.

Кейинги вақтларда башоратчиларнинг турли шакллари, тижорат, технология, ташқи иқтисодий, сиёсий башоратлар кенг тарқалди. Улар фирма мақсадларига эришишда олий раҳбарлик томонидан қарорлар ишлаб чиқиш ва қабул қилиш учун имкониятлар ҳамда муқобилликлар тўғрисидаги ахборот манбаи бўлиб хизмат қилади.

Раҳбарлик ва етакчилик. Менежерларнинг иккита асосий типи маълум: етакчи маъмур ва нисбатан янги тур-қайта тузувчи етакчи. Биринчи ҳолда бошқарувчи полиция ҳаками, технократ сифатида ходимга унга қатъиян ажратилган чегараларда ва аниқ таърифлаб берилган қоидалар бўйича ўз-ўзидан ҳаракат қилувчи “мурватчи” сифатида қарайди.

Замонавий юксак технологик ва илм-фанни кўп талаб қиладиган ишлаб чиқаришлар пайдо бўлиши билан қайта тузувчи етакчи, новатор етакчи типи-бошқарувда янги фалсафа ифодачиси пайдо бўлди. Уни мустақиллик, удлабуронлик, илғор туб ўзгаришларни мунтазам ишлаш, ташаббускорлик, таваккал қилишга тайёргарлик, ўз зиммасига янги ғояларни ишлаб чиқариш билан боғлиқ масъулиятни ихтиёрий равишда олиш, айна вақтда оддийлик, оламшавандлик, бошқаларни тинглай олиш, умумий иш муваффақиятини самимий баҳам кўриш қобилиятини характерлайди.

Замонавий бошқариш - ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва кенгайтириш имконияти, катта миқдорда фойда ва даромад олишгина эмас, бу аввало, уларнинг ижодий имкониятларини ўз-ўзидан рўёбга чиқариш асосида ходимларни муваффақиятларга йўналтириш маҳорати, бу пировард натижада- фирам ходимларининг ҳар кунги меҳнати уларга фақат катта пул келтирадигангина эмас, балки ўзининг аҳамиятга эгаллиги, умумий иш учун фойдали эканини ҳис этиш имкониятини берадиган, шодлик келтирадиган шарт-шароит барпо этишдир.

Дунёдаги барча энг йирик компанияларга амалда Г.Форд (“Форд”), А.Слоун (“Женерал моторс”), Т.Уотсон (ИБМ), С.Жоббс (“Эппл компьютерс”), К.Маусита (“Маусита”) сингари ижодкор етакчилар асос солганлиги бошқарувнинг бундай услубий самарадорлигининг яққол исботидир.

Менежмент махсус бошқарув фаолият бўлиб, вақт ўтган сари такомиллашиб, ўзгари боради. Менежментфирманинг ишлаб чиқариши, тижорат ва молиявий фаолиятини бошқаради. Менежмент ёки бошқаришнинг объекти корхона фаолияти, унинг субъекти эса бошқариш ишини бажарувчи идоралар ва уларнинг ходимларидир.

Менежмент умумий ва функционал менежментга бўлинади.

Менежмент турлари	Куталадиган мақсад	Эришилган натижалари баҳолаш
1	2	3
I. Умумий менежмент	Фойдани максимумлаштириш.	Стратегик топшириқларнинг бажарилиши
II. Функционал менежмент	Турли бўғинлар иш самарасини ошириш	Белгиланган хусусий топшириқларнинг бажарилиши
1. Харажатларни бошқариш	Тежамкорликни таъминлаш	Харажатларнинг пасайиши
2. Молиявий менежмент	Қўйилган пулни самарали ишлатиш	Ўз бозорини кенгайтириш
3. Маркетинг иши	Товар сотиш ҳажминини ошириш	Ўз бозорини кенгайтириш
4. Ходимлар ишини бошқариш	Ишчи-хизматчилар меҳнатини оқилона ташкил этиш.	Моддий ва меҳнат ресурсларидан унумли фойдаланиш.
5. Ишлаб чиқариш менежменти	Ишлаб чиқариш операциялари самарасини таъминлаш	Моддий ва меҳнат ресурсларидан унумли фойдаланиш.
6. Илмий-техникавий ишларни бошқариш.	Янги маҳсулотни ўзлаштириш.	Маҳсулот сифатининг яхшиланиши

Умумий менежмент фирма фаолиятининг ҳамма томонларини мослаштириб, фойдани максимумлаштиришга хизмат қилади. Функционал менежмент фирма фаолиятининг айрим жиҳатларини бошқариш бўлиб, унга ишлаб чиқариш, савдо-сотик, молия, ишчи-хизматчиларнинг меҳнатини бошқариш кабилар киради.

Лавозимларни бутлаш. Фирманинг етакчиси қанчалик қобилиятли, ташаббускор, собитқалам бўлмасин, барибир унинг бир ўзи йирик ташкилотга раҳбарлик қилишга қодир эмас. Европа компаниялари менежерларини сўров қилиб чиқиш шуни кўрсатдики, самарадор бошқарув дастасини шакллантира олиш энг муҳим етакчилик сифати ҳисобланади. ишбилармонлик ва таваккал қилиш қобилияти сингари

хусусиятлар бешинчи ўриндагина қолган. Бундай дастанни бунёд этиш - фирма муваффақиятининг энг муҳим шартларидан биридир. Истеъдодли бошқарувчилар, муҳандислар, олимлар ғоятда тақчил стратегик ресурслар жумласига кириши бежиз эмас. Маълумот учун АҚШда ходимларни тайёрлаш ва малакасини оширишга хусусий шўъба ҳар йили 30 миллиарддан ортиқ доллар сарфлайди, лавозимларни бутлаш учун эса электрон меҳнат бозорлари мавжуд, бўш жойлар ва иш ўринларига талаблар ҳақидаги ахборотни ўз ичига олган автоматлаштирилган маълумотлар банклари қўлланилади. Бошқарув лавозимларини бутлаш уларни уч тоифага: олий, ўрта ва қуйи бўғин раҳбарларига бўлиш асосида амалга оширилади. Олий бўғин раҳбарлари - компаниялари фирмаларнинг президентлари, вице президентлари, бошқарувчиларидир. Уларнинг асосий вазифаси, одатда фирманинг умумий мақсадлари ва истиқболини, шунингдек ишлаб чиқаришни диверсификациялаш сиёсатини белгилашдан иборатдир. Ўрта бўғин раҳбарлари - заводлар бошқарувчиларининг ўринбосарлари, бўлимлари, турли идоралар, бўлимларнинг бошлиқларидир. Қуйи бўғин раҳбарлари таркибига ишлаб чиқариш усталари, даллоллар, цех назоратчилари киради. Бу тоифадаги ходимлар ўз таъсирлари, оладиган иш ҳақлари, касбий ўсиш имкониятлари билан фарқланадилар.

Меҳнатни асослаш. Бу ерда асослаш деганда, кишининг ҳулқ аъводини белгилайдиган ҳаракатлантирувчи кучлар туғунилади. Ишлаб чиқариш ва меҳнатни асослашнинг иккита асосий тури - моддий ва номоддий турлари мавжуд. Биринчи турга меҳнатга ҳақ тўлашнинг турли усул ва шакллари киради. Иш ҳақининг вақтбай ва ишбай шаклларидан ташқари рағбатлантиришнинг жамоа усуллари ҳам мавжуд, булар: корхона акцияларини имтиёзли нарҳларда ишчи ва хизматчилар ўртасида тарқатиш йўли билан сармоёда иштирок этиш; меҳнат унумдорлигини ошириш натижаларида иштирок этиш; ходимларга фойданинг муайян улушини тўлаш йўли билан фирманинг рағбатда иштирок этиш (масалан, ходим қимматли тақлиф киритса, уни жорий қилишдан келган фойданинг 10 фоизини олади).

Кейинги вақтда ривожланган капиталистик мамлакатларда меҳнатга ҳақ тўлашнинг бригада шакли кенг тарқалди. Бунда бригаданинг иш ҳақи фонди унинг умумий унумдорлигига, ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифатига, хом ашёни тежаш, вақт, сарф кўрсаткичларига, жамоа қанча янги ғояларини илгари сурганлиги ва ҳоказоларга боғлиқ бўлади. Шундай қилиб, бригаданинг фирма иши самарадорлигини оширишга доир биргаликдаги куч ҳаракатлари рағбатлантирилади.

Бироқ фақат пулнинг ўзи етарлича асос эмас. Зеро, муҳим моддий эҳтиёжларни (овқат, кийим бош, турар жой масаласида) қондиришдан ташқари кишини умумий ишга дахлдорлик нуфуз, жамиятдаги мақома, жамоат томонидан эътироф эттириш сингари талқинлар ҳам ҳаракатлантиради. Яъни ходим учун унинг ижтимоий мақоми, унинг муайян жамоасига фирмага мансублиги катта аҳамиятга эга.

Рағбатлантиришнинг тегишли усуллари: маълум “хурмат тахталари”, жамоатчилик томонидан турли хил шарафлашлар ва ҳоказолар ҳам шундан келиб чиқади. “Фирма” - қадрдон уй, яъғона оила” сингари йўл-йўриқнинг аҳамияти ҳам катта.

Янгиликларни бошқариш. Иқтисол фанида янгилик ёки инновацияларнинг бир бутун таърифи мавжуд эмас. Куйидаги таъриф ғоятда тез-тез учраб туради: янги ресурсларни барпо этиш ёки мавжуд бўлганларидан янгича, анъанавий бўлмаган усул воситасида фойдаланишдир. Янгиликлар илмий-техникавий, бошқарувга доир, ижтимоий ва иқтисодий бўлади.

Инновация жараёнининг тузилиши оддий, янгиликнинг мавжудлиги ҳақида дастлабки ахборотлар олиш, ундан фойдаланишнинг мақсадга мувофиқлигига баҳо бериш, эксперимент, тижоратда фойда келтиришини текшириш ва жорий этиш (янги маҳсулотни, янги ташкилий тузулма ва янги ижтимоий муносабатларни оммавий қўлланилишига жорий этиш).

Авалло янги билимлар, яъни ҳам илмий-техникавий, ҳам ижтимоий-иқтисодий соҳалардаги ихтиролар, кашфиётлар, анъанавий бўлмаган ғоялар янгиликнинг асоси бўли хизмат қилади. Ихтиро ёки кашфиётни пайдо бўлиши билан унинг кенг миқёсда қўлланилиш орасида тахминан 2,5-3 йил вақт ўтади. Янгиликни жорий этишнинг бундай йўли ғоят қда мураккаб ва қаттис.

Янгилик ҳақидаги ташқи иқтисодий муҳитдан рақобатчиларнинг янгиликни жорий этишдаги муваффақиятли уринишлари ҳақидаги маълумотлардан ҳам олиш мумкин. Кутилмаганда муваффақият қозониш ва бу ишдаги муваффақиятсизлик компания раҳбарияти ҳеч қандай янгиликларни кўзда тутмаганликларини, уларга тайёр бўлмаганликларини кўрсатади. Бундай монанд эмаслик - фирманинг ҳўжалик юритиши иқтисодий тайинликка мувофиқ келмаслигини белгисидир, синмаслик учун фирма шошилиқ равишда ўз сиёсатини тўбдан ўзгартириш билан шуғулланиши керак бўлади.

Нуфузга оид (мисол учун, аҳоли таркибида ёшларнинг кўпайиши истеъмол талабининг тузилишини ўзгартиради), қадриятлар ва идрок этишлардаги маланий ўзгаришлар ва инновациянинг манбаи бўлиб хизмат қилиши мумкин, маданий ўзгаришлар бозор конъюктурасига айниқса кучли таъсир кўрсатади (мода, дидлар, миллий анъаналар).

Тез ўзгариб турувчи бозор талаби ортидан “қувиш” учун ишлаб чиқаришда доимий ўзгаришлар зарур. Лекин бу нарса унчали осон эмас. Янгиликлар муаммоси Америка, Европа, Жанубий-шарқий Осиёнинг етакчи компанияларини жуда ҳам безовта қилаётгани бежиз эмас. Ривожланган бозор механизми доимий янгиланиш, модернизациялаш ва қайта кўришнинг етарлича кафолати эмас.

Яхши ғоялар ўз ҳолича ҳеч нарсани ўзгартирмайди. Зеро, агар ташаббускор жонкуярлар-уларни амалда рўёбга чиқариш учун масъулият ва таваккалчиликни ўз зиммасига оладиган кишилар бўлмаса, ғоялар

фирма бўйлаб йиллар давомида “сайр қилиши” ва рўёбга чиқарилмаслиги мумкин. Шу сабабли фирмалар янги гоёларнинг қўллаб-қувватлашнинг турли дастурларини: мақсадли гуруҳлар, мўжаз корхоналарни барпо этмоқдалар. Шунинг айтиш ўринлики, цивилизациянинг ҳозир машҳур бўлган антибиотиклар, инсулин, шарикли ручка, кондиционер, электронлампа, телефон, микрокомпьютер ва ҳатто вертолёт сингари ютуқлар айти шундай корхоналар томони дан ишлаб чиқарилган ва илк бор ўзлаштирилган. Бу нарса уларнинг тижоратдаги таваккалчилик юқори даражада бўлишига қарамай моҳият жиҳатдан янги материаллар, маҳсулотларни излашга йўналганлиги; уларнинг йирик ишлаб чиқаришдан ташкилий жиҳатдан алоҳидалиги, уларнинг кўп сонли бюрократик расм-русумлар ва чеклашларнинг йўқлиги; ижод қилиш муҳитининг барпо этилиши ва майда бизнес раҳбарларининг тезроқ бойишлари мумкинлиги билан изоҳланади.

Янгиликларни самарали бошқаришнинг асосий қоидаларини ўрганиб кўрамиз. Биринчидан, бу -янгиликнинг чекланган дастлабки миқёси ва бир ерга жамланганлиги. Янгиликларни самарали жорий этиш аввалги арзимас маблағ ва озгина кишиларни талаб қилади ва кичик бозорга йўналган бўлади. Иккинчидан, бу-доимий эксперимент. Инновацион жараён зиддиятли ва уни олдиндан башорат қилиб бўлмайди, шу сабабли илдам бошлаб юборилган ташаббусларгина яхши натижалар келтириши мумкин. Учинчидан, янгиликнинг муваффақиятли-эҳтимоллик масаласидир. Шу сабабли кўпроқ уриниб кўриш зарур. Исталган уринишнинг муваффақият қозониши учун умидворлик қанча оз бўлмасин, бирор-бир гоёдан фойда чиқиши эҳтимоли, агар бир вақтнинг ўзида кўп йўналишларда ҳаракат қилинадиган бўлса, юқори даражада бўлади. Зеро нишонга тикилиш кўпроқ бўлишини таъминлашнинг ишончли усули ўқ узишлар сонини кўпайтиришдир. Тўртинчидан, бу ташаббускор жонкуярларни қўллаб-қувватлаш, уларга нисбатан юқори раҳбарият томонидан сабр-тоқатли бўлишдир. Хатоларни керакгича қабул қилиш ва ундан сабоқлар чиқариб олиш зарур, токи кейинги қадамни янада пухта ўйлаб босиш мумкин бўлсин. Бешинчидан, бу - ташкилот ичида ҳам, рақобатчилар ҳам самарадор муносабтни рағбатлантириш, норасмий муносабатлар ва ишбилармонлар ички “муҳит”ни ривожлантириш, инновацион маданиятни шакллантириш, ташаббускорлик, хатти-ҳаракатлар эркинлиги, новаторликдаги ишончнинг пайдо бўлишига имкон яратувчи қадриятларни қарор топтиришдир.

Бироқ ана шу тушунарли қоидаларга амалиётда эргашиш ҳар доим ҳам осон бўлавермайди. Шундай бўлсада, америкалик таниқли тадқиқотчи П.Дракернинг маслаҳатини эътиборга олиш зарар қилмайди: янгиликсиз қабул қилишининг керак бўлган даъватдир, чунки бозордаги етакчилик ва рақобатдаги устуликнинг негизи шундадир. Айтишга сабабли новатор ташкилот бўлиш учун куч-ҳаракатларни аямаслик зарур.

Сифатни бошқариш. Сифат-буюмнинг белгиланган стандартларга мос келиш даражасидир. Бироқ сифатнинг юксак даражасини таъминлаш мезонларига риоя қилиниш устидан шунчаки назорат қилишдан иборат эмас, балки у бошқарувнинг барча даражаларида устувор вазифага айланади. Яхши сифат фойдали ва даромадлидир. Японларнинг автомобиль, телевизор, видеомагнитофон, маиший электр асбоблари, баъзи авлодларга мансуб ЭХМлар ишлаб чиқариш сингари соҳаларда эришган ютуқлари бунинг яққол исботидир.

Бошқа мамлакатларнинг шу сингари товарларидан устунликка рақобат курашидаги ютуқ ва жаҳон бозорларини кенг миқёсда эгаллашга сифат орқали эришилади.

Сифатни бошқаришнинг ташкилий шаклларида сифат тўғараклари "юлдуз" бўлиб қолди. Япон компанияларида тахимнан 1 миллион ана шундай тўғараklar ишламоқда, улар салкам 10 миллион кишини бирлаштирган. Одатда бундай тўғаракка цех, участканинг 6-8 ходими киради. Машғулотлар кўпинча дарсдан ташқари соатларда мажлислар шаклида ўтказилади. Уларда тўғарак қатнашчилари меҳнат унумдорлиги ва сифат захираларини излаш, рационалазаторлик, янгилликлар, техника хавфсизлик қоидаларига амал қилиш масалалари билан шуғулланадилар. Биргаликдаги таҳлил умумлаштирилади ва кўриб чиқиш учун фирма раҳбариятига тпоширилади. Сифат тўғараklари ишидан олинadиган иқтисодий самара ўртача олганда уларга қараш учун кетган харажатлардан 5 барабар ортади. Бу нарса нафақат фирмага, балки тўғарак қатнашчиларига ҳам фойдали-улар кўшимча тўловлар, мукофотлар оладилар, маънавий тақдирланиш сифатида эса жамоат олдида фахрий нишонлар, ёрликлар билан мукофотланадилар.

Сифат тўғараklари АҚШдаги энг йирик корпорацияларнинг 90 фоизда ҳам ишлаб турибди. Лекин уларни ютуқлари анча камтарона. Бунинг сабаби япон ва америка фирмалари умумий бошқарувидаги жиддий тафовутларга, уларнинг умуман менежментга нисбатан концептуал ёндашувларга бориб тақалади. Асосий тафовутларнинг бири шундан иборатки; япон корхоналаридаги ходимлар "жамоатчилик"ни гуруҳ мақсадлари устуворлиги ва жамоа масъулиятини муължаллаб иш тутадилар, ҳолбуки Фарбда "индивидуализм"-швахсан масъулиятлилик, индивидуал ваколатларни чеклаш устун туради. Бундан сифат муаммоси қандайдир ташкилий ўрин алмаштиришлар воситасидагина эмас, балки бошқарув муаммолари бутун мажмуининг таркибий муаммоси сифатида ҳал қилинади, деган хулоса чиқариш мумкин.

IX БОБ. ТАДБИРКОРЛИКДА ХЎЖАЛИК АЛОҚАЛАРИ ВА ШАРТНОМАЛАР ТУЗИШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

9.1. Хўжалик алоқаларининг моҳияти ва кўринишлари

Тадбиркорлар ўз хўжалик фаолиятларини амалга ошириш жараёнида, бошқа турли субъекталр билан ҳамкорлик ўрнатиб иқтисодий алоқада бўлишлари лозим бўлади. Хусусан улар қуйидаги кўринишларда бўлиши мумкин: ишлаб чиқаришни ташкил этишдаги ҳамкорлик, бирон ишни бажариб беришдаги ҳамкорлик, хизмат кўрсатиш, тижоратчилик (олди-сотди соҳасида), молиявий (яъни банк, солиқ, суғурта, иш ҳақи) йўналишда.

Бозор шароитида хўжалик алоқалари, одатда томонларнинг ўзаро келишувига кўра битим тузиб шартнома имзолаш асосида амалга оширилади.

Хўжалик битими деганда-одатда икки ёки ундан ортиқ бир нечта томонларнинг ўзаро товарлар етказиб бериш ёки хизматларин кўрсатиш бўйича шартлашилган келишуви тушунилади.

Агарда битимда мамлакат ҳудудида рўйхатдан ўтмаган фирмалар ҳам қатнашган бўлса, у халқаро битим ҳисобланади. Агарда бир мамлакат ҳудудидаги ва унда рўйхатдан ўтган чет эл фирмалари қатнашаётган бўлса, у ички битим ҳисобланади.

Хўжалик ишларида кўпроқ халқаро битимлар катта қизиқиш ва аҳамиятга эга бўлади.

Хўжалик битимлари 2 турга бўлинади:

1. Асосий

2. Ёрдамчи

Қуйидагилар билан боғлиқ битимлар асосий ҳисобланади:

- биргаликда ишлаб чиқаришни ташкил этиш;

- маҳсулот сотиш -сотиб олиш;

- илмий-техника библиографияси, яъни патент, лицензия ноу-хау ва шунга ўхшашларни алмашиниш ва олди-сотдиси;

- техник хизмат, яъни янги технологияни жорий этиш, ўзига хос алоҳида объектларни қуриш ва шунга ўхшашларни олди-сотдиси;

- ишлаб чиқариш омиллари ижараси бўйича;

- халқаро туризмни ташкил этишда.

Қуйидагилар билан боғлиқ битимлар ёрдамчи ҳисобланади:

- юкни етказиб бериш билан боғлиқ;

- юкни суғурталаш;

- юкни қайта ишлаш, сақлаш билан боғлиқ;

- томонлар ўртасидаги ҳисоб-китоб ишларини амалга ошириш учун банк операциялари.

Шунингдек бартер кўринишдаги битим ҳам мавжуд бўлиб, у пул маблағи ўрнига ўзаро товар айирбошлаш асосида тузилади.

Кўп давлатларда бозор муносабатлари бартер битими асосида бошланган бўлиб, у яхши ривожланмаган бозорга хосдир.

Ҳозирги кўпчилик ривожланган давлатлардаги бартер асосидаги битимлар иккинчи даражали ёрдамчи характерга эга.

Бизнинг мамлакатимизда банк, молия, таъминот тизимларининг яхши ривожланмаганлиги, инфляция жараёнининг мавжудлиги учун бартер битими асосида иқтисодий алоқа аҳамиятли ўринни эгаллаб турибди.

Хўжалик битимини зарур шarti ва ҳуқуқий ҳужжати бўлиб контракт ёки келишув ҳисобланади. Лекин, шериклар ўзаро ишончлари юқори шароитида телефон ёки телекс орқали ва шунга ўхшашлар асосида битим тузиб ҳамкорлик қиладилар ҳам.

Бизнинг мамлакатда ҳали бу даражада ҳамкорлик қилишга анча бор, чунки биздаги тижоратчилар қуруқ гапни қопга тикиб бўлмайдн қабилда иш юритмоқдалар.

Битимларини асосан 2 хил усулда амалга ошириш мумкин:

- 1) тўғридан ишлаб чиқарувчини ўзи билан бевосита;
- 2) воситачи орқали.

Мамлакатимизда ҳозирги кундаги тижоратчиларни тез кўпайиб бораётган шароитида тижорат битимини нисбатан самарали бўлиши мезонини аниқлаш муҳим аҳамиятга эга.

Ишлаб чиқарувчи, истеъмолчи, хизмат қилувчи ёки бюртмачи билан тўғридан-тўғри тижорат битими тузиш орқали ҳамкорлик қилиш бир нечта афзалликларга эга:

1) Ўзига айнан керакли бўлган товар ва хизматни олиш имконияти юқори бўлади.

2) Ҳамкор фирмани ишлаб чиқариш технологиясидаги бўлаётган ўзгаришларни ҳисобга олиб ўз вақтида битимга тузатиш, ўзгартиришлар киритиб бориш мумкин.

3) Харидор бевосита ишлаб чиқарувчи билан алоқада бўлиши мумкин. Айниқса, ноёб машина, апаратура ва механизмлар бюртмасида бу муҳимдир.

4) Тўғридан-тўғри алоқа аксари ҳолларда узоқ вақтли ҳамкорликни ва хатто биргаликдаги ишлаб чиқаришни амалга оширишни таъминлаши мумкин.

5) Воситачига бўлган ҳаражат камаяди.

Лекин бизда тадбиркорларнинг кўпчилигининг шахсий тажрибаси камлиги туфайли, айниқса халқаро битимларда тажрибали ва малакали воситачилар орқали битим тузишга мажбур бўлмоқдалар.

Савдо воситачилари - бу сотувчи ва харидор ўртасидаги даллол фирма бўлиб, сотиб олиш ва сотиш баҳосида фарқ ёки комиссия тўлов ҳисобига фойда олади.

Савдо-воситачилари орқали битим - бу харидорнинг ёки сотувчининг бюртмаси асосида товар ёки хизматни савдосини амалга ошириш операцияси.

Ҳозирги кунда ривожланган давлатларда тижорат савдо воситачилари жуда аҳамиятлик ҳамкор бўлиб сотувчилар ва харидорларга бир қатор хизматлар турларини (масалан: савдо тармоқларини яратиш, реклама, транспорт, омборхона хўжалиги ташкил этиш, жиҳозларига кафолат хизмати кўрсатиш, ҳамкор фирма излаб топиш, шартномаларни расмийлаштиришни) кўрсатмоқдалар.

Фирма ва воситачи ўртасида савдо-восита операцияларини характерига кўра қуйидаги кўринишлари мавжуд:

1) олиб сотарлик операцияси, яъни ишлаб чиқарувчидан воситачи товарни сотиб олиб уни эгаси сифатида сотади.

2) комисион шаклдаги операцияси, икки томон ўртасида воситачилик қилиб, яъни биттасидан олиб иккинчисига сотиб битим учун уни қиймати миқдоридан маълум % рағбатлантириш тўлов олади..

3) агентлик операцияси, яъни бунда фирмани уни номидан маълум худудда маълум вақтгача вакиллик қилиш;

4) брокерлик опрецияси, яъни сотувчи ва харидор ўртасида алоқа ўрнатади ва бунинг учун 2-3 % тақдирлаш ҳам олади.

Англия ва АҚШ да тижорат битимларининг 60-70% тўғридан-тўғри алоқа битимларини ташкил этади.

Мамлакатимизда тижорат битимларининг, айниқса унинг халқаро шаклини ривожланишига қуйидаги объектив ва субъектив омиллар салбий таъсир этмоқда:

1) замонавий алоқа ва ахборотнинг йўқлиги;

2) транспорт коммуникацияларининг ёмон аҳволи;

3) ташқи савдо битимидаги банк операцияларида давлат монополиясининг сақланиб туриши;

4) валюта, солиқ ва божхона соҳасида беқарорлик ҳолати.

9.2. Ҳамкорлик алоқаларини ташкил этиш ва шартномаларни тузиш

Ҳамкорлик битимини тузишни амалга оширишлари бир неча босқичга бўлинади:

1) контрагентни излаш ва танлаш;

2) шартномани имзолашга тайёрлаш;

3) шартномани имзолаш;

4) шартнома шартларини амалга ошириш.

Ҳар бир босқич ишларни ўзи яна бир неча алоҳида вазифаларни бажаришни талаб қилади.. Бунда энг масъулиятлиги контрагентни танлаш бўлиб битимнинг муваффақияти ва натижаси унга кўп жиҳатдан боғлиқдир. Бунинг учун контрагент ҳақида уни, ишлаб чиқариш ёки савдо, хизмат кўрсатиш, қуввати, молиявий аҳволи, техник

жиҳозланганлиги, манзили ва уни мувофиқлиги ҳақида аниқ маълумотга эга бўлиши лозим бўлади.

Шунингдек энг муҳим масалалардан бири битимни амалга оширишни молиялаштириш, яъни кредит ҳисобигами, нақд пулгами, маҳсулотни бир қисми ҳисобигами ёки бошқа.

Тўпланган маълумотлар асосида тижорат-техника топшириғи тайёрланади. Шунингдек тўлов тартиби, етказиб бериш шарти, бюртмани тайёрлаш муддати ишлаб чиқилади.

Сўнгра ҳамкорлик қилиш мўлжал тутилган фирмага ёзма равишда ҳамкорлик тўғрисида таклиф жўнатилади. Унда ўзини тижорат техник топшириқлари шарти ва таклифни амал қилиш муддати кўрсатилади. (Масалан 1 ой ичида) Агар бу муддатда ундан жавоб келмаса демак, у ҳамкорлик қилишни хоҳламаган бўлади. Агарда ҳамкорлик қилиш ҳақида жавоб олинса, тижорат битимни амалга оширишни кейинги босқич ишлари бошланади. Бунда дастлаб, ҳамкорликкаги ишнинг турли томонларини аниқлаш бўйича музокара ўтказилади ва шартнома матни тайёрланади. Сўнгра уни имзолаш маросими ўтказилади.

Контрагент (шартномани) умумий ҳолда, ёки ҳар варағини алоҳида ёки ҳар моддасини алоҳида ҳолда имзолаб тасдиқлаш мумкин. Келишилган шартнома одатда томонларнинг шу иш учун ваколатланган масъул ходимлари ёки раҳбари томонидан имзоланади.

Тижорат битимини амалга оширишда ҳар икки томоннинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари ҳақидаги розиликларини ифодаловчи юридик ҳужжат бу тузилган контракт ҳисобланади.

Контракт битимни амалга ошириш шарти уни бажариш тартибини белгилаб беради.

Контрактда қуйидагилар ўз ифодасини топган бўлиши шарт:

- 1) маҳсулотнинг ёки хизматнинг номи ва миқдори;
- 2) товарни ёки хизматни сифати ва миқдорини аниқлаш усули;
- 3) етказиб бериш муддати, жойи ва шарти;
- 4) контракт баҳоси;
- 5) тўлов шарти;
- 6) товар ёки хизматни топшириш ва қабул қилиш шарти;
- 7) етказиб беришдаги кафолат ва унда рағбатлантириш ёки жарима чоралари;
- 8) томонларнинг келишмовчилик ҳолатидаги арбитраж;
- 9) томонларнинг юридик манзили ва реквизитлари;
- 10) юзага келиши мумкин бўлган зарарни тўплаш шарти;
- 11) қай ҳолатда масъулиятдан озод бўлиш шарти;
- 12) контрактни тўхтатиш ва бекор қилиш тартиби;
- 13) масъул шахслар имзоси.

Юзага келиши мумкин бўлган барча муаммо ва вариантларни ҳисобга олган ҳолда контракт ишлаб чиқиш қийин, албатта. Лекин у

қанчалик мукаммал тузилган бўлса, битимни амалга ошиши шунчалик сифатли ва муддатида бўлади.

Контракт таркиби тахминан қуйидаги қисмлардан таркиб топган бўлиши керак:

1. (Преамбула) Кириш қисми.

Бунда битим тўғрисида умумий маълумот берилади, яъни томонларнинг номи, битим мазмуни, номери тузилган сана ва жойи.

2. Контракт предмети. Товар ёки хизматларни сифат ва миқдори кўрсатилган ҳолда характеристика келтирилади. Агар контракт қурилиш объекти бўйича бўлса уни тўлиқ техник характеристикаси кўрсатилади.

3. Товар ёки хизмат миқдори. Бунда уни миқдорини аниқлаш учун қўлланиладиган ўлчов бирлиги (дона, куб, метр, тонна ва х.к.) ва етказилиши лозим бўлган миқдор, уни етказиб бериш графиги кўрсатилади.

Бунда товарни упаковкеси ҳақида келишув муҳимдир, чунки товарни икки хил миқдорда ўлчаш фарқланади: 1) брутто-упаковкаси билан; 2) нетто-упаковкаси.

4. Товар ва хизмат сифатини аниқлаш.

Контрактнинг бу қисмида товар ёки хизматнинг сифатини аниқлаш усули ва уни ўтказиш тартиби кўрсатилади.

Сифатини аниқлаш:

1) мавжуд стандарт асосида бўлиши мумкин;

2) стандарт мавжуд бўлмаса уни техник шартига кўра;

3) манфаатдор томоннинг намуна нусхаси асосида;

4) товар таркибини текшириш асосида;

5) ёки воситачи сифатига қафолат бермасдан қандай бўлса шундай етказиб бериши мумкин

5. Етказиб бериш шарт.

Контрактнинг бу қисмида товарни ортиш, тушириш, сақлаш, транспорт харажатлари қайси томондан тўланиши, уни тасодиф, фалокат туфайли бузилса, нобуд бўлса, ким томондан қопланиши кўрсатилади.

Транспорт харажатлари товар қийматида катта миқдорини ташкил этиши сабаблик жаҳонда уни етказиб беришда турли тажрибалар қўлланилади.

- "франко-склад сотувчи", бунда транспорт харажатларини харидор ўз зиммасига олади;

- "франко-склад харидор" бунда харидор транспорт харажатларини ўз зиммасига олмайди;

- FOB юк, бунда, сотувчи ўз ҳисобидан товарни кема ёки самолётга ортиб беради, ундан кейинги ҳолатига жавоб бермайди;

- CIF юк. Бунда сотувчи товарни харидор айтган мамлакатга етказиб беришга жавобгарлигини зиммасига олади.

(FOB баҳо одатда экспорт бўлади. CIF баҳо эса импорт бўлади).

6. Етказиб бериш муддати.

Бунда товарни етказиб берилишининг аниқ кун, ой, квартали улар ўртасидаги оралиқ муддатлар кўрсатилган бўлади.

7. Контракт баҳоси.

Контракт баҳоси одатда товарни миқдори бирлиги баҳосита кўра аниқланади. Агарда бир неча хил товар бўлса, ҳар қайси товар баҳосига кўра миқдори қиймати алоҳида ҳисоблаб жамланади.

Баҳолар уч хил асосда бўлиши мумкин:

1) Ўзгармас баҳо (контрактни амал қилиш давомида ўзгармайди).

2) Ўзгариб турувчи баҳо. Бозор ҳолатига кўра ўзгаришини ҳисобга олиш кўрсатиб ўтилади. Бунда албатта баҳони ўзгарганлиги тўғрисидаги маълумот манбаи белгиланади.

3) Сирпанчиқ баҳо. Бунда товар баҳоси уни таннархини ўзгаришига кўра ўзгариши ҳисобга олинган бўлади.

4) Баҳони белгилашда турли шароитларга кўра масалан, мавсумга, сотув миқдорига, ва х.к.ларга, кўра унга чегирмалар белгиланиши мумкин.

9.3. Ҳамкорларнинг ҳуқуқлари, бурчлари ва битим тузишдаги кафолатлар

Тадбиркорлар ўртасида ҳамкорлик алоқаларини амалга ошириш юзасидан тузилган шартномалар икки томонлама бўлишлиги сабабли ҳар икки тараф ҳам зиммаларига олаётган вазифани бажаришда бир-бирларига нисбатан муайян ҳуқуқ ва бурчлари мавжуд бўлади. Ва бу ҳуқуқ, бурчлари тузилаётган шартнома матнида ҳам иложи борича тўлиқ ўз аксини топган бўлиши лозим. Одатда шартнома тузилаётганда бир томон товар ёки хизматларни “сотувчи” сифатида ва иккинчи томон сотиб олувчи “харидор” сифатида намоён бўладилар. Ҳар икки томоннинг ҳуқуқ ва бурчлари республикада амалда бўлган маълум юридик қонунларда белгилаб берилган тартибларга мувофиқ равишда кўрсатиб ўтилган бўлиши лозим. Бу эса битимни тузишда томонлар ўзларига олган вазифаларини бекаму кўст бажаришларини анча кафолатлайди.

Сотувчи ва харидор ўртасида тузиладиган шартномалар асосидаги бажариладиган вазифалар асосан Ўзбекистон Республикаси “Фуқаролик кодекси” ҳамда “Истеъмолчи ҳуқуқларини ҳимоя қилиш” қонуни асосида тартибга солинади. Сотувчининг асосий ҳуқуқ ва бурчлари сотилган мулкни (товар ёки хизматни) шартномага мувофиқ харидорнинг эгалигига топшириш ва ундан тўлов ҳақи қийматини ундириб олиш. Харидорнинг асосий ҳуқуқ ва бурчлари товарни қабул қилиб олиш ва келишилган баҳони тўлашдан, агарда сотилган нарса шартнома шартларига мувофиқ равишда топширилмаса, унинг ўзига топширилишини сотувчидан талаб қилишдан иборат бўлади.

Шунингдек, сотувчининг баъзи кўшимча мажбуриятлари ҳам бор, яъни товарни сотиб олувчига бошқа учинчи шахснинг ҳар қандай ҳуқуқларидан озод ҳолда топшириши шарт. Сотиб олувчи учинчи

шахснинг ҳуқуқи бўлган товарни қабул қилишга розилик берган ҳоллар бундан мустасно. Бу қондани бажармаслик сотиб олувчига харид нарҳини камайтиришни ёки олди-сотди шартномасини бекор қилишни ва кўрилган зарарни қоплашни талаб қилиш ҳуқуқини беарди. Сотиб олувчи бу товарга учинчи шахсларнинг ҳуқуқлари борлигини билгани ёки билиши лозим бўлгани исботланган ҳоллар бундан мустасно.

Қонунчиликда сотилаётган товарнинг сифатига алоҳида жавобгарлик белгиланган. Сотувчи сотиб олувчига сифати шартномада кўрсатилган талабга мос келадиган товарни топшириши шарт. Агарда шартномада товарнинг сифати тўғрисидаги шартлар кўрсатилмаган бўлса, сотувчи сотиб олувчига шу товарни олишдан белгиланган мақсади учун фойдаланишга яроқли бўладиганини топшириши шарт.

Товарнинг сифатига нисбатан кафолат муддати ҳам белгиланади.

Кафолатли мажбуриятлар ва уларнинг муҳлати меъёрий-техник ҳужжатлар билан ёки ёзма шаклдаги шартнома билан аниқланади, шунингдек қонунчилик асосида белгилаб қўйилган бўлади.

Кафолатли муҳлат товар сотилган кундан бошлаб ёки ишлаб чиқарилган кундан бошлаб ҳисобланади.

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

Баъзи бир техник жиҳатдан мураккаб (масалан: автомашина, мотоцикл, телевизор, магнитофон) ҳар хил алоҳида қисмлар билан йиғилувчи товарлар учун, кафолат муддати унинг қисмлари учунг алоҳида ўрнатилши мумкин (масалан: шиналар, аккумуляторлар, кинескоплар ва ҳ.к.). Кафолатли муҳлати ўтган озиқ-овқат маҳсулотларини сотиш қатъиян ман этилади. Баъзи бир туриб қолган маҳсулотларни махсус ваколатли идораларни руҳсати билан зарурий экспертизалар ўтказилгандан кейингина сотишга руҳсат этилади.

9.4. Тадбиркорлик этикаси ва ахлоқ қондалари

Тадбиркорлик этикаси - бу ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи, сотувчи ва харидор, рақобатчилар, шунингдек, ҳўжалик юритувчи кишилар, корхона ичидаги ишчи-ходимлар ўртасида ўзаро бўладиган иқтисодий ҳамкорлик муносабатларидаги маънавийлик, ахлоқ меъёрлари тизимидир. Тадбиркорлик этикаси меъёрлари мамлакатдаги ишбилармонлик ҳолати руҳи ва хусусиятларини белгилайди.

Шунга кўра, мамлакатдаги тадбиркорлик этикаси меъёрлари икки жиҳатдан боғлиқ бўлади:

1) жамиятдаги кишилар гуруҳи, касб-ҳунарлар учун қўлланиладиган маънавий, руҳий ва ахлоқий меъёрлар тизими;

2) давлат томонидан белгиланган ёки санкцияланган умуммажбурий ўзини тутиш қондалари ва ҳуқуқий меъёрлари мажмуасига.

Инсоннинг ҳар қандай фаолияти, шу жумладан тадбиркорлик ҳам ахлоқий ва ҳуқуқий ўлчовлар билан баҳоланади.

Амалдаги қонунчилик тадбиркорга жамият ичида ўз хоҳиш-иродасини ишбилармонликнинг ахлоқий-ҳуқуқий ўлчовлари асосида ифодалаш лозимлигини белгилаб беради. Шунга кўра, тадбиркор ҳуқуқий қонунни бузганлиги учун эса жазоланса, ахлоқий меъёрларни бузганлиги учун жамиятнинг қаҳр-ғазабига дучор бўлади. Лекин ўз ишини амалдаги қонун бўйича олиб боришлик, этик-ахлоқий ўлчовларга риоя этилиши билан бир хил эмас.

Ишбилармонлик фаолиятида шундай вазиятлар юзага келадики, унда қонунни бузмай туриб этикавий ахлоқий меъёр ва қондалардан оғиш кузатилади, бу эса нафақат тадбиркорликнинг ўзи учун балки жамият учун ҳам салбий натижалар келтириши мумкин.

Кейинги ўн йилликда Ғарбда бизнес этикасига риоя қилмаслик муаммоси жамият ҳаётида энг оғриқ нуқталаридан бирига айланди. Ҳозирги шароитда бу масала бизнинг республикамизда ҳам муҳим бўлиб бормоқда.

Ҳуфиёна бизнес соҳасининг кенгайиши, коррупциянинг кучайиши, ноҳақ-ғирром рақобат, ишлаб чиқариш хавфсизлиги ва маҳсулот сифати стандартлари билан ҳисоблашмаслик, атроф-муҳитнинг ифлосланиши каби ҳолатлар ишбилармонлар тўғрисида жамиятда салбий фикр пайдо бўлишига сабабчи бўлади. Ва бу аябатта мамлакатда тадбиркорликнинг тараққиётига путур етказиши турган гап.

Тадбиркорлик этикасининг асосий қондаларига қуйидагилар қиради:

- қонунни ҳурмат қилиш;
- тўғрилиқ, ҳалол иш юритиш;
- ишончли ҳамкор бўлишлиқ;
- ўз сўзига, шартномага масъулиятли бўлишлиқ;

-ҳеч қачон ва ҳар қандай шароитда ҳам хизматчиларни, буюртмачиларни, мол етказиб берувчиларни, назорат қилувчи идораларни ва шунга ўхшашларни алдамаслик.

Тараққий этган давлатларда фирмаларнинг “Этика кодекси” ва алоҳида касб усталари гуруҳларининг “Ишбилармонлар кодекси” кенг қўлланилади. Ушбу кодексларга биноан у ёки бу тармоқ фирмалари бир хил этика ўлчовларини қўллайдилар. Бундай кодекслар рақобатчиларнинг этикага ҳилоф ҳуқуқларини аниқлашни осонлаштиради.

Энг биринчи, “Бизнесмен кодекси” америкаликлар томонидан 1913 йилда ишлаб чиқилган бўлиб, унда еттига иш юритиш қондаси қабул қилинган. Бу қондалар битта асосга жамланган бўлиб, бу бизнес соҳасидаги усул ва сиёсатни баҳолашда уларнинг ҳақиқат ва адолатлилиқ тушунчаларига мос келиши билан белгиланганидир.

Вақт ўтиши билан кодекс бир неча бор такомиллашди. Натижада, бу борада турли фирмалар ва компаниялар томонидан тўпланган тажрибасига асосланган, тadbиркорларга ўн насихат шаклидаги тавсиялар ишлаб чиқилган. Улар қуйидагилардан иборат:

1. Tadbиркорлик ишига оид гоя топиш, яъни сиз бозорга қандай товар, хизмат турларини таклиф қилишингиз ҳақида аниқ тасаввурга эга бўлишингиз керак. Аввал ўзингиз қила оладиган нарсадан нимани сотиш мумкинлигини ҳал қилиб, сўнгра фаолиятни бошлаш керак. Бунда янгиликни қидириш муҳим.

2. Сифат - бу истеъмол хусусиятларининг (хоссаларининг) мажмуидир. Харидорга охир-оқибатда шунчаки буюмлар ёки хизматлар керак эмас. Уларга ўз муаммоларини счими керак. Айни шу катта пул туради ва энг кўп фойда беради.

3. Бизнес-режа тузинг.

4. Нархни туширишдан хавфсираманг, уни кўтаришдан қўрқинг. Чунки фойда, икки учта буюмни қиммат сотишда эмас, балки икки минг, миллион харидорга ўз товарингиз ёки хизматингизни уларга мос нархда сотишингизда юзага келади.

5. Ўз товарингизни реклама қилинг.

Маҳаллий рўзномада ўз ишингиз ҳақида маълумот беринг. Харидор бўлиш эҳтиомли борларга хат юборинг. Эълонлар, плакатларга буюртма беринг ва жойларга.. ёпиштириб чиқинг. Сотмоқчи бўлган нарсангиз ҳақидаги маълумотларни қандай қилиб қисқа ва аниқ баён қилиш ҳақида ўйлаб кўринг.

6. Кредит олиш имкони бўлса, уни олишдан қўрқманг.

7. Хўжалик блокнингизни шакллантиринг.

8. Хайрихоҳ бўлинг. Ахир ҳар бир ишбилармон шерик, сиза бўйсунувчи ҳар бир ходим худди сиз каби инсондир. Бундай одамлар билан ишлаш шахсан сиз учун жуда ёқимлидир. Одамлардан бирданга кўн нарса таявб этманг.

9. Бир ишингиз олдинга кетдимн, унга дарров бошқасини қўшинг. Бирн бўлмаса иккинчисидан қолади. Бугун сизнинг сармоянгиз ўзингиз эканлигингизни унутманг. Бу сармояни суткасига 24 соат самарали ишлашга мажбур қилманг.

10. Ичманг ва чекманг, бу сизни хонавайрон қилади.

Tadbиркорликнинг ўз ахлоқ қоидалари бор. Улардан энг муҳими ҳалоллик ва ҳаромдан ҳазар қилишдир. Бу қонда ислом таълимотида қўлланилиши шарт деб билинади.

“Аллоҳ таоло Қуръони каримда ҳалол ва покиза нафақа энглар ва солиҳ ишлар бажаринглар” деб буюрганлар.

Ҳадиси шарифлардан бирида пайғамбаримиз “ҳалол нафақа билан таъминлаш ҳар бир мусулмон учун фарздир” дейилган.

Ислом таълимотига кўра меҳнатсиз қўлга киритилган луқма ҳаромдир.

Тадбиркорлар ҳам ўз риску насибасини ҳалол меҳнат билан топишлари шарт, ҳалоллик-имиждга (обру-эътиборга) эга бўлишни кафолатлайди.

Ҳақиқий бизнес - бу бировларни қаллоблик билан алдаш эмас, балки бозор иқтисодиётининг ахлоқий нормаларига риоя этган ҳолда иш юритишдир.

Х БОБ. НАРХЛАРНИНГ ШАКЛЛАНИШИ ВА ФИРМАЛАРНИНГ НАРХ СИЁСАТИ

10.1. Нархнинг моҳияти ва вазифалари

Бозор муносабатлари жамият билан фирмалар ўртасида ижтимоий ишлаб чиқариш бўлинмалари, тармоқлар ўртасидаги товар айирбошлашни юқори босқичга кўтаради. Товарлар айирбошлаш нархлар ёрдамида амалга оширилади. Нарх бозор категорияси бўлиб, товар қийматининг пулдаги ифодаси қийматнинг бозордаги кўринишидир. Тадбиркорлик фаолиятида нарх муҳим иқтисодий восита, дастакдир. У тадбиркорни жамият учун керак бўлган товарларни яратишга ва ижтимоий зарурий меҳнат сарфлари миқдорларига амал қилишга, шунингдек соф даромадни самарали тақсимлашга ундайди. Товарнинг яратилишида моддийлашган ва жонли меҳнат сарф этилади, уларнинг йиғиндиси қийматни ташкил этади. Аммо қиймат ҳар қандай меҳнат сарфи эмас, балки товарни яратишга кетган ижтимоий зарур меҳнат сарфи, аниқроғи эҳтиёжни қондира олгани сабабли бозорда тан олинган меҳнат сарфидир. Чунки меҳнатнинг бир қисмини, агар у истеъмолчиларга наф келтирмаса, бозор инкор этади ва менежментнинг шу қисми қийматни яратишда иштирок этмайди.

Бозорда бир хил товар ишлаб чиқарувчи бир неча якка ҳолдаги тадбиркорлар товарлари иштирок этади ва ҳар қайси тадбиркор бу товарларни яратишга турлича миқдорда якка меҳнат сарфлайдилар. Бозорда бир тадбиркорнинг якка меҳнати тўла тан олинса, бошқаси қисман, учинчиси эса умуман тан олинмаслиги мумкин. Меҳнатнинг тан олишлиги ёки олинмаслиги товарнинг барча меҳнат сарфини қоплайдиган нархда сотилиши ёки сотилмаслиги билан ўлчанади, яъни бир неча ишлаб чиқарувчиларнинг бир хил товарни яратиш учун турлича меҳнат сарфларининг ўртача миқдори бозорда нархнинг асосини ташкил этади. Бу бозор томонидан тан олинган меҳнат сарфини кўрсатади. Нархнинг иқтисодий мазмуни унинг вазифаларида кўринади.

Биринчидан - нархнинг бозордаги талаб ва таклифнинг ҳажми ва таркибига таъсир этиши орқали уларни мувозанат ҳолатига келтиради. Мувозанатга эришилган нарх бозор нархи бўлиб, у бозорда товарлар тўпланишини ҳамда бозорлар товар тақчиллигини юзага келтирмайди.

Иккинчидан - нарх қийматнинг пулдаги ифодаси бўлганлиги сабабли ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатишда сарф қилинган моддий ва маънавий меҳнатнинг ҳамма турини ўзида гавдалантириб (пул кўринишида) ўлчов вазифасини ўтайди, Шунга қараб, товар ва маҳсулотларни миқдори ва қийматини солиштириш ва ҳисоб-китоб қилиш имконияти яратилади.

Учинчидан - нарх талаб ва таклиф нисбати таъсири остида шаклланганлиги сабабли, ўз навбатида нарх ишлаб чиқаришни у ёки бу

товарни кўпайтириш ёки камайтиришни тақозо қилувчи ахборот бериб регуляторлик вазифасини ўтайди.

Тўртинчидан - нарх бозорни эгаллаш, фойдани кўпайтириш нуқтан-назардан рақобат воситаси сифатида майдонга чиқади. Фирмалар уни оқилона ўзгартириб туришлари оқибатида ўз мақсадларига эришадилар.

10.2. Нарх белгилаш мақсадлари ва усуллари

Нарх шаклланишини ўрганишда нархга таъсир кўрсатадиган хилма-хил омиллар эътиборга олинади. Қуйидагилар асосий ва энг кўп қўлланиладиган омиллар жумласига киради: харажатлар, бозорда шу товарга бўлган талаб ва таклиф, рақобат, нарх белгилашдан кўзланган мақсадлар, нархларни бошқариш буйича ҳукумат тадбирлари. Ишлаб чиқариш харажатларини шартли тарзда нархнинг "замини" талаб даражаси "шифти" деб олинади. Рақобат нархлари даражаси мўқобил нархлар қиёсланадиган асосни ташқил қилади. Жами омиллар биргаликда нарх белгилаш мақсадлари жиҳатидан ўрганилади. Бу мақсадлар: ҳар қандай нархда маҳсулот сотиш, бозор хиссасини кўпайтириш, қисқа вақт ичида энг кўп фойда олиш, юқори фойда нормасини узоқ муддат давомида сақлаб қолиш, янги бозорларга чиқиш, талабни рағбатлантириш, талабни тиклаш ва хоқозолардан иборат бўлиши мумкин.

Умуман олганда, нарх белгилаш мақсадлари уч соҳага нисбатан, қўлланилади. Уларнинг биринчиси, товар айланмаси ҳажминини аниқлаш, иккинчиси максимал фойда олиш, учинчиси рақобат соҳасидир. Товар айланмаси ҳажминини аниқлаш мақсадларида нарх белгилаш фирманинг ҳолати ва вазифалари билан чамбарчас боғлиқ. Корхоналарнинг янада ўсиши ва кенгайиши, товар айланмаси ҳажминини кўпайтириш каби асосий мақсади нарх билан сабабий боғланишга эга. Рақобат шароитида товар айланмаси ҳажмининг кўпайиши ўз-ўзидан, автоматик тарзда ўсадиган фойдани таъминлаб бермайди, балки гоят мураккаб ва жуда кўп муаммолар вужудга келтиради. Бундай шароитда корхона товар айланмасининг мавжуд ҳажминини ва бозорда ўз ўрнини сақлаб туришни мулкжаллайди. Рақобат шароитида иш юритган корхоналар товар айланмаси ҳажминини оширишга ва бозор хиссасини кўпайтиришга интилади. Лекин бу корхоналар бозор хиссасини чексиз ошира олмайдилар. Чунки бунга давлатнинг антимонополия сиёсати йўл қўймайди. Корхоналарнинг антимонопол қонунчилиги чегарасидан чиқиб товар айланмаси ҳажмининг ва хиссасининг оширилиши статчи компания тарзида баҳоланиб, унинг товарлари нархини пасайтириш (скидка) билан сотишига мажбур қилади.

Шу йўл билан унинг таъсири бир қадар сусайтирилади. Бундан фарқли ўлароқ, айрим корхоналар бозорда ўз товарлари нархларининг пасайиши натижасида қийин аҳволга тушиб қоладилар. Бу

корхоналарнинг нарх белгилашдаги мақсадлари маҳсулот сотиш ҳажмини кўпайтириш ёки сақлаб қолиш йўли билан шунчаки "жон сақлаш"га интилишини ифодалайди. Шу мақсадда улар нарх пасайтириш дастурларини қўлайдилар, диллер ва харидорларга пасайтирилган нархни таклиф қилади. Сунгра тежамкор моделларни яратиб корхонани синишдан сақлаб қоладилар. Корхоналар ўз товарларига қуйидаги мақсадларни кўзлаб нарх белгилайдилар.

Фойда олиш мақсадида. Ишлаб чиқариш ва уни ташқил этиш билан боғлиқ харажатларнинг муттасил ошиб бориши нархни бевосита оширишни талаб қилади. Лекин бу ҳолни бозор ҳар доим ҳам кўтара олмайди. Шунинг учун фирмалар нарх сиёсатидан фойдаланишга ҳаракат қиладилар. Улар истеъмолчилар талабига бивосита таъсир кўрсатиш йўли билан фойдани кўпайтиришга эришади. Масалан, айрим фотоаппаратлар деярли ўз таннархида сотилади, фойда эса истеъмолчига фотоплёнкани юқори нархларда сотиш натижасида қўлга қиритилади. Бундай ҳолатни соқоқ олгич ва ўнга қўйиладиган писка ҳамда бошқа ўзаро бир-бири билан боғлиқ товарлар савдосида ҳам кўп кўзатиш мумкин.

Аксарият ҳолларда нарх белгилашдан мақсад "инвестицияланган капиталдан кутилган фойда"ни олиш ҳисобланади, яъни фирма ўзи сарф этган сармоянинг фоиз қайтимини олишга интилади.

Рақобат соҳасига боғлиқ мақсадлар. Фирмалар ўз маҳсулотига нархни рақобатта бардош бериш мақсадларидан келиб чиққан ҳолда, белгилайди. Бир қатор тармоқларда ҳамниша аниқ ифодаланган "нархлар стақчиси" бор, бонча компаниялар ўз маҳсулотига нарх қўйишда шунчаки шу стақчи изидан боради. Айрим ҳолларда компаниялар бозор ҳиссасини ошириш учун бозорга фоят паст нархлар билан кириб келиши мумкин. Ёки қиммат нархлар сақланган ҳолда, доимо моделларни яхшилаш билан шугулланиши, янги ҳодисалар билан бойитиб, сифат кўрсаткичлари буйича бозорда пешқадамликни қўлга қиритиши мумкин. Нарх таъсирида рақобат соҳасига боғлиқ мақсадларни амалга ошириш кўп қиррали бўлиб, бозорнинг аксарият жабҳаларини ўрганишни талаб қилади ва аниқ шарт-шароитлар асосида хулосалар чиқарилиб, ечимлар белгиланади.

Тадбиркорликда нарх белгилаш энг муҳим вазифалардан биридир. Айниқса, янги ишлаб чиқарилган, бозорда булмаган ёки камёб маҳсулотларга тўғри нарх белгилаш фирма фаолиятига жуда катта таъсир кўрсатади. Тадбиркорликнинг турларидан қатъий назар ҳозирги кунда нарх белгилашнинг қуйидаги усулларини қўллаш мумкин.

Нархни формулалар ёрдамида белгилаш. Кўпгина корхоналар ишлаб чиқариш харажатларининг жами миқдорини ёки харажат таркибидан айрим катта миқдордаги қисминини ҳисобга олган ҳолда нарх белгилайдилар. Ишлаб чиқариш харажатларининг жами бандларининг ҳисобга олинган ҳолда нарх белгилаш фойдани кўзлаб қилинади, лекин талабни ҳисобга олмайди, яъни товарнинг бозорда

тўла сотилишини кафолатламайди. Шунингдек нархни пасайтиришга қаратилган рақобатчилар ҳаракатларини ҳам ҳисобга олмайди.

“Ўртача харажатлар плус фойда” принципи бўйича нарх белгилаш

Товарнинг таннархига муайян устама қўйишдан иборат бўлиб, нарх белгилашнинг энг оддий усули ҳисобланади. Сотувчилар томонидан қўйилган нарх таннарх билан фойда нормаси йиғиндисига тенг миқдорда ўрнатилади. Устама нарх миқдори товар турига қараб, жуда кенг чегараларда тебраниб туради.

Товар ишлаб чиқарувчидан то истъомолчига етиб боргунча ишлаб чиқариш нархи улгуржи ва чакана нархларда ҳаракатланади. Устама нархлар ҳисоблаш усули ишлаб чиқарувчилар ўртасида энг кенг тарқалгани бўлиб, бу усулда нарх белгилаш бозорда нарх рақобатини “минимумлаштириш”га олиб келади, аммо стандарт устамаларни қўллаш жорий талабнинг ўзига хос томонларини эътиборга олмайди ва рақобатчилар ўз товарларига пасайтирилган нархларни ҳисобга олган ҳолда нарх белгилаш хавfli бўлиб қолади. Шу сабабли энг мақбул-талаб даражаси ва табиати аниқ бўлган ҳолларда, шунингдек муайян миқдорда ва келишилган нархда товарлар ишлаб чиқариш ҳамда етказиб бериш контрактлари тузилганда нархни “ўртача харажатлар плус фойда” принципи бўйича белгилаш маъқул ҳисобланади. Негаки айрим маҳсулотлар истъмоли йиллар давомида тургун бўлиб, нархларнинг ўзгаришига таъсирчан булмай қолади.

Кўзланган фойда нормаси олинган таъминлайдиган нарх белгилаш. Бундай ёндашувни қўллайдиган ишлаб чиқарувчилар олдиндан сарф этилган сармоя учун муайян фойза даромад олишга интиладилар. Бу усул ўртача солиштирма харажатларни ҳисоблашга асосланади. Инвестицияланган капитал учун кутиладиган даромад фойзи доимий харажатларга қўшилади ва харажатларнинг бир қисми ҳисобига ўтказилади. Сўнгра ўртача харажатлар миқдори томонидан ва орзудаги фойдани ҳам ўз ичига олган нарх белгиланади. Агар фирма режалаштирилган ҳажмда ўз товарини сота олса, у кўзланган фойда нормасини олади. Агар савдо ҳажми кам бўлса, унда маҳсулот босилиб қолади, фирма инвестицияланган капитал учун зарар кўради.

Нархни чегаравий харажатлар бўйича белгилаш. Бундай усулни қўллаш билан фирма маҳсулотнинг қўшимча ҳажми бирлигини бу маҳсулотни ишлаб чиқаришнинг алоҳида қисми қийматига сотади. Бу ҳолда харажатларнинг фақат бир қисми қопланади, фойда амалга ошмайди. Нархни белгилашнинг бундай стратегияси агар фирма ишни тўхтатиш хавфи остида қолган ва фойдаланадиган ишчи кучини сақлаб қолишни хоҳлаган шароитларда наф келтириши мумкин. Бундан ташқари, нархлар рақобатида рақобатчи томонидан рақибларини йўлдан олиб ташлашда ушбу усулдан фойдаланилади. Ниҳоят савдода магазинларга харидорларнинг келишини кўпайтириш учун сотувчилар айрим товарларни тўлиқ харажатлардан пастроқ баҳолаб, “жалб этувчи” нархлар яратадилар. Харидорлар оқими кўпаяди, улар қарзон нархдаги

товарлар билан бирга нархи мезърда бўлган товарларни ҳам харид қиладилар.

10.3. Нархни шакллантирувчи ва унга таъсир этувчи омиллар

Нарх белгилашнинг юқорида кўриб ўтилган усуллари харажатларни ҳисоблаш, тўлиқ, тўғри, ўртача стандарт ва чегаравий харажатлар ҳақида ахборотлардан фойдаланишга асосланади. Бу харажатлар товарга сарф қилинган жами меҳнат миқдорини ёки қийматининг асосий салмоғини кўрсатади. Қиймат нархнинг объектив асоси бўлсада, уни шакллантирувчи ягона омил эмас, чунки нарх бошқа омиллар таъсирида қийматдан юқори ёки паст бўлиши мумкин.

Нархни шакллантирувчи энг муҳим омил талаб ва таклиф нисбатидир. Унинг ўзгариши нархни ҳам ўзгартириб юборади. Талаб эҳтиёждан қелиб чиқсада, унинг айнан ўзи эмас. Талабга харидорларнинг диди, даромади, ўринбосар товар ва хизматларнинг нархи, мавжуд товар ва хизматларни харид қилиб олувчиларнинг умумий сони; инфляция эҳтимоли ёки тахмини таъсир кўрсатади. Бинобарин, харидор ўз дидига кўра бир товарни бошқасидан афзал кўради, унга устунлик беради ва харид этишга мойиллик билдиради.

Товарни харидор дидига ёқишининг ўзи кифоя қилибгина қолмай, балки шу товарни сотиб олиши учун ўз даромадидан ажратган етарли пули бўлиши ҳам керак. Худди шу икки омил харидорнинг истеъмол танловини белгилайди ва бозорнинг айрим олинган сегментда талабни ошириши ва нархнинг кўтарилишига сабаб бўлиши мумкин. Лекин бозор рақобатли бўлгани учун нарх ўзгариши кескин бўлмаслиги ҳам мумкин. Чунки кўп хилларда бозорга харидор талаби ва даромадига мос ўринбосар товар ҳам чиқарилади. Бу ҳолат бир товардан воз қечиб, унинг ўрнига ўринбосар товар харид қилишни тақозо этади, талабнинг кескин ошиб кетмаслигига сабаб бўлади, маромида ушлаб туради. Шуни айтиш керакки, фақат муайян эҳтиёжни қондириш доирасида ўринбосарлик содир бўлади. Масалан, овқатланишда бир хил маҳсулот бошқасининг ўрнини босади, лекин у ҳеч қачон транспорт хизмати ёки кийим-кечак ўрнини боса олмайди. Шунингдек, талабга харидорлар сони, инфляция тахмини таъсир кўрсатади ва қўббатда нархнинг ошишига ёки пасайишига олиб келади.

Худди шунингдек, таклифнинг кўпайиши мувозанатлашган нархнинг пасайишини ва мувозанатлашган товар миқдорининг ортишини келтириб чиқаради. Аксинча таклифнинг қисқариши эса мувозанатлашган нархнинг ортишини ва мувозанатлашган товар миқдорининг камайишини келтириб чиқаради. Лекин айрим ҳолларда таклиф миқдоридан қатъий назар, товар танлови харидорнинг қурбига қараб юз беради. Курби баланд харидор ўзи афзал кўрган молни юқори нархда ҳам олаверади, аксинча, харид қобилияти кучсиз харидор буни қила олмайди. Харид қобилияти юқори харидор энг нафли молларни

топишга интилишини билдиради. Товарнинг наф келтириш хусусияти - истеъмол этиш жараёнида эгасида қониқиш ҳосил эта олиши, яъни харидорнинг индивидуал лидига қараб эҳтиёжини қондира олишидир. Товарнинг наф келтириши қанчалик юқори бўлса, нарх қийматдан шунчалик юқорига қараб интилади ва хатто унинг қийматидан узилиши ҳам юз беради. Аммо бундай қол кам учрайди. Чунки товарлар энг кўп бўлганидан айрим товар нафлиги ўта юқори бўлмайди, ўринбосар товарлардаги нафлик уни тутиб тўради.

Нархнинг товар нафлигига монанд ошиб бориши чексиз эмас, албатта. Чунки наф келтириш меъёрининг ҳам энг охири чегараси бўлади. Шу чегарадан ўтгач, товарнинг нафлиги пасая боради, бинобарин нафликнинг энг юқори нуқтаси товар истеъмолдан энг юқори қониқиш билан аниқланади. Шундан сўнг қўшимча харид этилган ва истеъмол қилинган товар нафлиги пасаяди. Демак, нафликнинг нархга таъсири маълум вақтгача бўлиб, унинг давомида нарх ошади, сўнг эса пасаяди, чунки нафлик камаяди.

Шу нарса қонунийки, товарнинг нафлиги қанча юқори бўлса, унинг нархи ҳам шунча баланд бўлади.

Харид қобилиятининг чекланганлиги туфайли харидор ўз қўлидаги пулига пировард натажада юксак қониқиш ҳосил этадиган товарларни олади. Бу ҳолат “товарлар нафлигининг максимизацияси” ёки “нафликнинг энг юқори нуқтаси” дейилади. Бунда нафлик ўз-ўзидан эмас, балки сарф қилинган пулга нисбатан қаралади. Масалан ҳар бир сўм бирлиги сарфи қонуний қониқиш ҳосил қилгани ҳисобига олинади.

Нафлик товарнинг хоссаси билан чекланмай, уни истеъмол қилиш вақти билан ҳам ўлчанади. Меҳнат унумдорлиги юқори бўлиб, вақт бирлигида бойлик қанчалик кўп яратилса, вақтнинг қадри шунчалик юқори бўлади. Бу истеъмол вақтига ҳам тааллуқли. Товарлар истеъмол учун қанчалик қулай бўлиб, вақтни тежаса, уларнинг нархи шунчалик юқори бўлади. Вақтнинг қадри ортиши билан истеъмол учун қулайлик бериш харажатлари кўпайиб, улар товар нархини шакллантиришда фаол қатнашади. Нархни шакллантирувчи омиллардан бири рақобат ҳисобланади. Рақобат товарларга белгиланган нарх асосли эканлигини кўрсатувчи муҳим барометр бўлиб хизмат қилади. Рақобатда ютиб чиқиш ёки ютқизиш нарх белгилашга ҳам боғлиқ. Рақобатлашувчи харидорлар кўп бўлса, юқори нарх ташкил топади. Агар сотувчилар кўп бўлиб, улар рақобатлашса, паст нархлар вужудга келади.

Рақобат курашида харажатларни қопламайдиган, бинобарин, зарар келтирадиган ўта паст нархлар ҳам пайдо бўлади. Бозорда нархни шакллантирувчи омиллар унга ҳар хил йўналишда ва ҳар хил даражада таъсир кўрсатади. Агар қийматнинг пасайиши нархни арзонлаштиради, талабнинг ортиши уни қимматлаштиради. Нафликнинг юқори бўлиши баланд нархни тақозо этса, рақобат кураши уни пасайтиради. Хуллас, нарх турли омилларнинг жиддий таъсири остида шаклланади. Нарх

омилларининг таъсири бозорнинг турига қараб ҳар хил кечади. Маълумки, соф рақобат бозори ўхшаш маҳсулотларни сотувчи ва олувчиларнинг кўплиги билан ажралиб туради. Бозорда ўртача бозор нархлари шаклланган бўлиб, товар ундан паст ёки юқори сотилмайди. Бундай бозорда рақобат курашчилари нархни ўзгартиришга қандай уринмасин мақсадларига эриша олмайдилар.

Монополистик рақобатли бозорда нисбатан кўп бўлмаган фирмалар иштирок этганлиги учун рақобатлашув нархларнинг ҳар хил бўлишини тақозо қилади. Харидор товарни танлаши мумкин ва Шунга мувофиқ ҳар хил нарх тўлашга тайёр. Монопол фирмалар ўз товарларига нархни ошириш мақсадида реклама, товарларга марка номлари бериш амалиётидан фойдаланадилар ва бунга кўпчилик ҳолларда эришадилар.

Соф монополия шароитларида бозорда ягона сотувчи фаолият кўрсатади. Рақобатнинг йўқлиги сотувчига нархда ўз амрини ўтказишга шароит яратади ва мақсадига эришади. Бозорда товар таклифи танҳо бир фирма ёки озчилик фирмалар қўлида тўпланса ва харидорлар кўпчилик бўлса, бу монополияни келтириб чиқаради. Агар товарларни таклиф этувчи кўп бўлиб, харидор танҳо ёки озчилик бўлса, бу монополисни пайдо қилади. Монополия ва монополистик бозор устидан ҳукмронлик қилиб, рақобатни чеклайди. Эркин бозорда сотувчи ва харидор кўпчилик бўлгани учун улардан ҳеч бири танҳо нархга таъсир эта олмайди. Аксинча, бозорда зўравонлик бўлса, сотувчи ёки харидор ўз измини ўтказиб, нарх шаклланишига таъсир этади. Монополия шароитида ҳам нархни ошириш чегараси мавжуд бўлади. Уни бозордаги талаб ўрнатади. Гап шундаки, бозор товарни маълум нархга кўтаради, нарх ошиб қетса, бозор қасод бўлади.

Монополия нарх белгилаганда харажатларга нисбатан максимум фойда олишни кўзлайди, лекин барибир талаб билан ҳисоблаштишга тўғри келади. Талаб эластик бўлганидан нарх ошиб қетса, у қисқаради, товар кам сотилади, фойда миқдори қисқаради, буюбарин, фойда олиш ўзининг энг юқори нуктасига чиқмай қолади. Монополияланган бозорда фирмалар қанчалик кўп бўлса, рақобат нарх белгилашда шунчалик кучли таъсир этади, монопол зўравонлик оз бўлади. Аммо фирмаларнинг ўзаро тил бириктириши ҳам юз беради. Бунда уларнинг биргаликдаги ҳокимияти ўрнатилади. Фирмалар келишилган ҳамда юқори нарх белгилаб ишлаб чиқаришни қисқартирган ҳолда ҳам юксак фойда кўра оладилар. Шу сабабли давлат антимонопол қонунлар орқали бозордаги зўравонликни чеклашга интилади.

Агар монополия шароитида нархни оширишга мойиллик бўлса, монополистик шароитида бунинг тескариси юз беради. Харидорлар озчилик бўлиб, бозорда уларнинг ҳукми ўтади. Монополистик шароитида товар таклифи нархга нисбатан бефарқ бўлади ёки унинг ўзгаришига суст жавоб беради. Нарх ошишига жавобан товар таклифи кўпаймайди, нарх пасайса, қисқармайди ҳам. Бу монополистик мавқеидаги харидорларга қўл келади. Улар танҳо ёки чекланган харидор бўлганидан

сотувчига ўз измини ўтказиб, нархни тўширишга эришадилар. Монополияда сотувчи нархи устун бўлса, монополияди хариддор нархи устунлик қилади.

Товарларни маълум миқдорда чиқариб, эл қатори нархда сотиш нормал фойда келтиради. Аммо фойдани ошириш учун турли гуруҳ хариддорларга уларнинг харид қобилиятини ҳисобга олиб, ҳар хил нархда товар таклиф этилади. Харидорни инобатга олиб табақалаштирилган нархлар “диверсификациялашган нархлар” деб аталади. Бу нархлар, энг аввал, харидорнинг харид қобилиятига қараб фарқлантиради. Шунингдек, нархлар истеъмол ҳажмига қараб, товар турларига қараб, талабнинг кучайиши ёки пасайишига қараб ҳам табақалаштирилиши товар сотиш ҳажмини кучайтиради, фойдани оширади. Монопол мавқедаги корхоналар рақиб тайзиқидан ҳоли бўлади. Улар ишлаб чиқаришни кўпайтирмай, яъни товар таклифини оширмай нархни кўтариш ҳисобидан фойда оладилар. Лекин нархни ошириш истеъмолчининг харид қобилиятига бориб тақалади. Шундай шароитда монополист фирма харажатни пасайтириб, нархни арзонлаштиришга ва шу ҳисобдан товарни кўпроқ сотиб, яхши фойда кўришга ҳаракат қилади. Монополист учун фойданинг умумий миқдори ҳам муҳим. У бир товар бирлигига тўғри келадиган фойдани камайтирган ҳолда товарни кўпроқ сотиб, фойда миқдорини оширишдан манфаатдор бўлади.

Демак, монопол мавқе ҳар доим ҳам юқори нарх белгилашни тақозо этмайди, балки нархнинг фойда йўлида ўзгариб туришини англатади. У янги технологияни ўзлаштириб, харажатларни пасайтириш, бинобарин, нархни арзонлаштириши ва ишлаб чиқариш меъёсини кенгайтириш ҳисобидан катта фойда олиш имкониятини ҳам билдиради. Ундан ташқари, давлат маълум мақсадни кўзлаган ҳолда нархни чегаралайди, яъни қонун йўли билан нархнинг қуйи ва юқори чегарасини белгилайди, сотувчилар шу чегараларни риоя қилишга мажбур бўладилар. Бу билан давлат нархнинг иқтисодий ва ижтимоий соҳага кўрсатадиган таъсирини ўзгартириб юборади.

Нархнинг юқори чегараси одатда инфляцияни назорат қилиш, пул қадрини тутиб туриш учун қўлланади. Инфляцияни даф этиш мақсадида давлат ҳам нархни, ҳам иш ҳақини музлатиб қўяди. Нархнинг юқори чегарасини белгилаш ижтимоий ҳимоя вазифасини ҳам бажаради. Нархнинг ўсишини секинлаштириш ёки тўхтатиб қўйиш орқали пул қадри, бироз бўлсада, таъминланиб тўради. Бундан мақсад-аҳолининг ёрдамга мухтож қатламини энг зарур истеъмол моллари билан таъминлашни кафолатлашдири.

Нархнинг қуйи чегарадан пасайишини ман этиш, биринчидан, талабни жиловлайди. Чунки арзон товарлар керагидан кўп харид этилади. Гап шундаки, арзончилик кўшимча талаб ҳосил қилиб товарни камайтириб юборади. Бунинг устига у ишлаб чиқарувчиларга зарар келтириб, ресурсларнинг чиқиб кетишига сабаб бўлади; келажакда тақчиллик пайдо бўлиб, нарх ошишига олиб келади. Давлатнинг нархга

мажбурий аралашуви бозор мувозанатини Бузади. қатъий нархлар товар ишлаб чиқаришни рағбатлантирмайди. Чунки олинадиган фойда чеқланган бўлади, хатто яхши ишлаганда ҳам фойдани кўпайтириб бўлмайди. Хулоса қилиб айтиш мумкинки, нархни шакллантирувчи умумий омиллар мавжуд бўлиб, уларнинг нархга таъсир этиш меъёри бозор турига қараб ўзгариб туради.

1.4. Нарх турлари ва нарх сўёсати

Бозор иқтисодиётининг ўзига хос тизими борки, уни ўзаро боғланган, бир-бирини тақозо этувчи, аммо ҳар хил мақсадларда қўлланувчи нархлар мажмуаси ташкил этади. Нархнинг шаклланиш жараёни мураккаб. Унинг иштирокчилари гоёт кўпчилик. Нархлар ҳар хил вазифаларни бажариши, сабабли уларнинг тури кўп (1- расм).

Нархнинг иқтисодиётдаги ўрни бёкиёс катта бўлганидан унинг ҳар бир туридан оқилона фойдаланиш тадбиркорлик учун муҳим аҳамиятга эга. Шу сабабли, корхоналар ва фирмалар нарх белгилашга катта эътибор берадилар. Юқоридаги бўлимларда кўрсатилиб, ўтилган фирманинг нарх белгилаш мақсадлари ва усулларидан қуйидаги уч натижа кутилади:

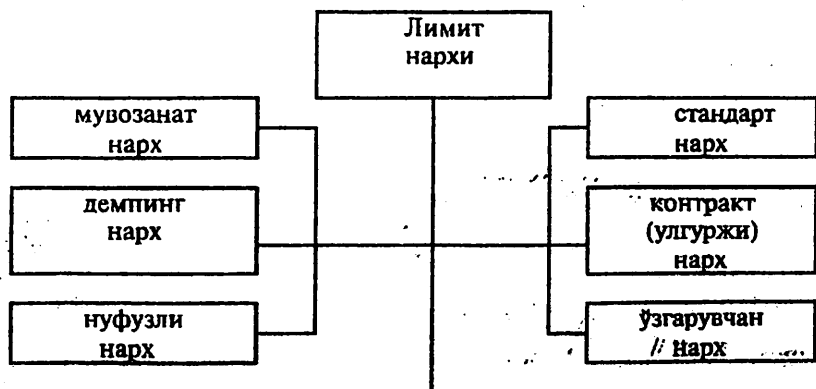
а) товар сотишни кўпайтириш орқали бозорда ўз ҳиссасини ошириш, имкон бўлганда бозорни ўз назоратига олиш;

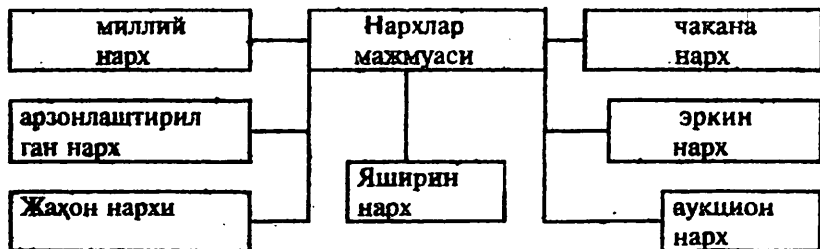
б) ҳар бир товарни (товар бирлигини) сотишдан тушадиган фойдани камайишига рози бўлган ҳолда товарларни кўплаб сотиш орқали фойда миқдорини ошириш;

в) товарни кўп сотиш натижасида унинг ҳажмига нисбатан савдо-сотиқ ҳаражатларини қисқартириш.

1-расм

Нарх-наво тизими





Бозорда рақибларни суриб чиқариб, ўз мавқеини мустаҳкамлаш учун фирмалар махсус нарх қўлайдилар. Уни “бозорга кириб олиш нархи” ёки “демнинг нарх” деб аташади.

Бу нарх рақибни синдиришга қаратилганлигидан давлат уни тақиқлайди. Шу сабабли фирмалар уни яширин қўлайдилар ва бу иш расмий нархнинг бир қисмини кечиб юбориш шаклида бўлади. Нархларни пасайтириш янги бозорларни қўлга олишга хизмат қилади. Нарх муқим равишда маълум фойда миқдорини таъминлайдиган қилиб белгиланади. Фирмалар айрим янги яратилган, ноёб бўлиб турган, замонавий русмдаги товарларига, нуфузли (яъни, ўта юқори) нарх белгилаб, моятявий аҳоли яхши бўлган аҳоли қатлаמידан юқори фойда олишни кўзлайдилар. Аммо бу нархлар иш бериши учун бозорда рақобат чекланган, энг яхшисн монополия бозор бўлиши шарт. Мазкур бозорда товар нархи эмас, балки унинг маркази обрўли бўлиши ҳал қилувчи омил бўлади. Бу ерда талаб нархга боғлиқ бўлмайди. Шу сабабли нарх кўтарилгани товар сотилишини кескин камайтирмайди. Маълум бир гуруҳ истеъмолчи оладиган нуфузли товарлар борки, уларнинг эгаси бўлиш ўша харидор учун мартабага эришиш билан баробар туради.

Ривожланган мамлакатларда ўзига тўқ аҳоли учун фақат ҳовлига эга бўлиш, машхур курортларда дам олиш, танилган модельерлар тайёрлаган қийимни кийиш, яхтага эга бўлиш, янги моделдаги автомашинада юриш-нуфузли ёки обрўталаб истеъмол ҳисобланади. Мартабали истеъмол нуфузли нархларни юзага чиқаради. Улар одатдаги нархлардан юқори бўлади. Чунки харидор учун нарх эмас, товарнинг эгаси бўлиш муҳим. Шу сабабли айрим тоифа аҳоли нархнинг бетиға қарамай, обрўталаб товарни ола билади. Бунда “пул кетса кетсин, обрў кетмасин” қабилида иш қилинади. Масалан, АҚШда Германиянинг “Мерседес-Бенц” фирмаси яратган автомобиль моделлари модага кирганда уларга нуфузли нархлар белгиланган. Мазкур фирма машиналарининг нархи моделига қараб 25-27 минг доллар бўлган, ваҳоланки, олдий очмабоп машиналар нархи ўртача 12-15 минг долларни ташкил этган. Нуфузли нархлар абадий эмас, у бозорга ўрнашиб, обрў орттириш учун керак. Чунки нарх юқори бўлса, маҳсулот гоаят сифатли деб қаралади. Бозор қўлга олингач, нархни тушириш

мумкин. Чунки нуфузли нархларни оммавий истъёмолчи кўтара олмайди.

Фирмалар нархдан ўз мавқсини сақлаб қолиш, рақобатдан бутун чиқиш учун ҳам фойдаланадилар. Бунда шароитни ҳисобга олиб, рақиб хатти-ҳаракатини назарда тутиб, нархни тез-тез ўзгартириб туришга тўғри келади. Акс ҳолда товар сотиш ҳажмини ва фойдани бир меъёрда тутиб қолиш қийин бўлади. Нархларни қўллашда товарнинг ишлаб чиқариш харажатлари ва рентабеллик даражаси, бозордаги талаб, унинг ўзгариши ва ниҳоят бозорда нарх билан рақобатлашувнинг бориши ҳисобга олинади. Харидор чўнтагидаги пулга қараб, маълум давргача ўзгармайдиган қатъий стандарт нархлар ёки ўзгарувчан нархлар қўлланади. Шундай товарлар борки, харидорлар уларнинг нархи ўзгармаслигини афзал кўрадилар, масалан, коммунал хизмат, транспорт хизматининг нархи (тарифи). Шу сабабдан нарх қатъий қолган ҳолда харажатларнинг ўсган қисми тежамкорлик орқали қопланади, аниқроғи истъёмолга қулайлик яратиш билан боғлиқ харажатлар камайтиради. Масалан, конфет нархи ўзгармагани ҳолда уни оддий қоғозга ўраш, арзон пакетга жойлаш, қадоклашни соддалаштириш йўли тугилади, автобусда юриш нархи ўзгармагани ҳолда автобусдаги қулайлик камайтиради. Унинг қатнови қисқартирилади, қатновга катта автобуслар чиқарилади, автобусларга кўп йўловчи олинади, унинг тўхташ бекатлари камайтиради.

Ўзгарувчан нарх белгиланганда, биринчидан, харажатларнинг, иккинчидан, бозордаги талабнинг ўзгариши ҳисобга олинади. Нарх оширилиб ёки пасайтирилиб турилади. Ҳамма учун бир хил бўлган умумий нархлар билан биргаликда, айрим тоифа харидорга мўлжалланган махсус (масалан, нуфузли) нарх белгиланади. Нархлар харид миқдорини ва харид вақтини ҳам кўзда тутаяди, товарлар кўп сотиб олинса нарх тўширилади. Мавсум бошида нархлар ошиб бурса, мавсум охирида улар камаяди. Масалан, ёз охирида қолганда ёзги мавсум товарлари арзонлаштирилади. Нархларни қўллашда истъёмолчининг руҳияти ҳам эътибордан четга қолмайди. Нарх сўм ва тийинларга қадар аниқликда қўйилганда харидор уни аниқ ҳисобланган, адолатли нарх деб ўйлайди. У албатта пул қайтими олишга қўниққан бўлади. Шу сабабли нархни умумлаштирмай, майдалаб белгилаш харидорга маъқул тушади. Масалан, харидор 5000 сўмлик товарни олишга қодир, ҳатто 5200 сўм бўлса ҳам олиши мумкин. Лекин унга товар нарҳини 4986 сўм 70 тийин бўлгани маъқул тушади. Шундай нархга харидор жазман бўлади.

Харидор тасавурида хар доим товар нарҳи унинг сифатига мос бўлади. Шу сабабли нарх сифатдан кескин йироқлашиши мумкин эмас. Аммо нарх ва сифат алоқадорлигидан фойдаланиб нарҳни ошириш имкони бор. Бунда сифат ўзгармаган ҳолда нарх оширилади, сифат ёмонлашган ҳолда нарх сақланади ва ниҳоят, нарх сифатнинг яхшиланишига нисбатан кўпроқ оширилади. Учинчи усул пул топишга

қўл келади. Чунки харидор сифат билан нарх фарқини илғаб ола билмайди. Лекин нарх ва сифат мослигини бузиш рақобат шароитида хатарли иш ва бунга айрим ҳоллардагина қўл урадилар. Бозорни кенгайтириб, товарларни кўпроқ сотиш мақсадида товарни кўп харид этганларга нархнинг бир қисми кечилади, яъни нарх арзонлаштирилади.

Савдо- сотиқда прејскурант нархлар ҳам ишлатида. Бу нархлар сотувчи учун мўлжал нарх, харидор учун билдиргич ёки маълумотнома нарх. У фирмалар прејскурантларида (нарх кўрсаткичларида) эълон қилинади ва товар нархининг қайси сумма атрофида бўлишини кўрсатади. Аммо ҳақиқий нарх прејскурант нархдан юқори ёки паст бўлиши мумкин. Бир хил ёки ҳар хил товарлар борки, уларнинг нархи тенг бўлиши мумкин эмас. Нархлар албатта фарқланади, чунки харажатлар, товарнинг нафлиги ва бозордаги талаб бир метёрда эмас. Нархлар фарқининг миқдорий ифодаси “нарх диапазони” дейилади. Диапазон нарх оралиғининг пулдаги ўлчами (ифодаси) бўлади. Нархлар диапазони улар ўртасида сезиларли фарқ бўлишини талаб қилади. Чунки нарх ўртасида диапазон бўлмаса, товарлар сифатидаги фарқни илғаш қийин, қўлдаги пулга қараб нархи маъқул товарни танлаб бўлмайди, товарнинг сотилишини кўпайтириб бўлмайди. Диапазон нархлар ўртасидаги миқдорий нисбатни ҳам билдиради. Нарх диапазони қуйи, ўртача ва юқори нархларни ўз ичига олади. Диапазон қанчалик кенг бўлса, товар муомаласи шунчалик тез кечади, чунки талаб билан нарх ўзаро боғланади. Диапазон доирасида нархнинг ўзгариб туриши, бир нархдан бошқасига ўтилиши харид ҳажмини ўзгартиради.

Товар ишлаб чиқаришдан истеъмолга етиб боргунча бир неча нархларга дуч келади. Дастлаб, улар улгуржи нархда сотилади. Улгуржи нарх ишлаб чиқарувчи томонидан катта миқдордаги товарларни бир йўла кўтарасига харид этувчига сотилган пайтда қўлланиладиган нархдир. Улгуржи нархлар ишлаб чиқарувчи учун харажатларини қоплаш ва маълум миқдорда фойда кўришни таъминлаши керак. У албатта, қийматдан паст бўлиши зарур. Улгуржи нархлар товар биржаларида, савдо ўйларида ёки сотувчи билан харидорнинг бевосита алоқасида қўлланилади. Улар контракт нарх шаклида бўлади. Контракт нарх хар икки томоннинг розилиги билан белгиланган ва уларнинг шартномасида қайд этилган нархдир. Бу нарх контракт амал қилган даврда, одатда ўзгармайди. Чунки у олдин келишилган бўлади. Унинг бузилиши икки томондан бирининг лафзсизлигини билдиради.

Мазкур нархлар кўпинча миждоз фирмалар ўртасида, ҳам миллий, ҳам халқаро бозорда қўланади. Айтайлик, Ўзбекистон АҚШ ёки Канада бугдойини олганда контракт нарх билан кўтарасига харид этади. Бу нарх халқаро бозор нархиға яқин туради. Чакана нархлар билан истеъмол товарлари бевосита аҳолиға сотилади. Чакана нархға улгуржи нарх, савдо қилувчи фирманинг харажатлари ва оладиган фойдаси киради. Чакана нарх савдо фирмасининг зарар кўрмай ишлаши, фойда кўришини таъминлаши зарур, акс ҳолда фирманинг фаолияти унинг ўзи учун

нафсиз ишга айланади. Амалда чакана нарх талаб ва таклифга қараб юқори ёки паст бўлиши мумкин. Давлатнинг нархларга аралаштириш фаолияти лимитланган ёки чегараланган нархлар ва дотацияли нархларни пайдо қилади. Давлат айрим товарларга нархларнинг юқори ва куйи чегарасини белгилайди, улар шу доирада ўзгариши мумкин.

Бундай нархлар ёрдамида давлат инфляцияни жиловлайди, нархларни назорат қилади. Дотацияланган нарх - давлат бюджетни ҳисобидан махсус арзонлаштирган нархдир. Уни бозор касод бўлганда фирмалар арзонлаштирадиган нархлар билан адаштирмаслик керак. Дотацияли нархлар даромади паст оилалар, бева-бечоралар, ишсиз ва ногирон кибяларни минимал даражада таъминлаб туриш учун ишлатилади. Давлат товарларни арзон сотганларга бюджетдан дотация беради. Махсус арзонлаштирилган, ammo дотацияси бўлмаган нархлар ҳам борки, уларни белгилашда фирмалар, хайри-эҳсон ташкилотлари қатнашади. Мазкур ҳомийлар олатдаги нарх билан арзонлаштирилган нарх ўртасидаги фарқни ўз ҳисобидан қоплайдилар.

Бозор кўлами жиҳатидан олганда, минтақа- худудий, миллий ва халқаро ёки байналмилал нархлар мавжуд. Худудий нарх унга таъсир этувчи омилларнинг маълум худуд доирасидаги таъсирдан ҳосил бўлади. У фақат маълум худудий бозорга хос бўлади. Масалан, Ўзбекистонда қовун-тарвузнинг муайян жойларга (Андижон, Марғилон, Тошкент, Жиззах ва Термизга) хос нархи мавжуд. Миллий бозор нархи бир мамлакат доирасида амал қилувчи ва уларнинг хусусиятини акс эттирувчи нархдир. Масалан, лимон ёки апельсиннинг Греция, Италия, Куба, Марокашга хос нархлари бор.

Миллий нарх доирасидаги ижтимоий сарф-харажатларни, миллий бозордаги талаб ва таклифни товар нафлигини, уни Шу жойда нақадар қадрланишини ҳисобга олади. Жаҳон бозори нархи муайян товарга қетган интернационал сарф харажатларни, товарни жаҳон стандарти талабига мос қелиш даражасини ва ниҳоят, талаб ва таклиф нисбатини ҳисобга олади. Жаҳон нархи, албатта, миллий нархдан фарқланади. Йирик экспорт- импорт муомалалари жаҳон бозори нархларидан товар бозорлари учун одатий ҳол бўлган шартлар асосида амалга оширилади. Улар жаҳон бозорларидаги мунтазам битишувларда фойдаланилади, тўловлар эса эркин муомаладаги валюта ҳисобида олиб борилади.

Иқтисодиётда “нархлар мувозанати ёки нисбати” деган ҳодиса бор. Уни “нарх паритети” деб ҳам юритилади. Иқтисодиёт ягона бўлганидан нархлар занжирли реакция каби бир-бирини юзага чиқаради. Масалан, руда нархи металл нархига, металл нархи машина нархига, машина нархи кийим нархига киради. Чунки бу нархлар харажатларни шакллантиради. Бозорда ташкил топган нархлар нисбати товар айрибошланганда ҳосил бўлган эквивалентликни-миқдорий тенгликни билдиради, яъни бир товарнинг қанчаси бошқа бир товарнинг қанчасига тенглаштирилганини билдиради. Нархлар нисбати унга таъсир этувчи омилларнинг ҳар хил амал қилишидан келиб чиқади. Айниқса, бу жаҳон

бозори нархларида яққол кўринади. Масалан, Ўзбекистон олтинининг экспорт қилиниши, жаҳон бозоридagi нарх нисбатига таъсир этмай қолмайди. Нарх белгилаш сиёсати-корхоналар ўзларининг умумий мақсадларига мувофиқ нархлар бўйича қарор қабул қилганидан кейин кундалик фаолиятида риоя қиладиган умумий қоидалардан иборатдир. Нарх белгилашда фирмалар ягона нарх сиёсати билан ўзгарувчан нархлар сиёсатининг бирини танлаш мумкин. Бир нарх сиёсатида маркетинг маҳсулотга ягона нарх белгилайди ва уни ҳамма харидорларга ҳар қандай шароитларда бир хил таклиф этади. Ўзгарувчан нархлар сиёсатини ўтказиш бир хил товарнинг ўзини турли истеъмолчиларга бозор vazиятига қараб ҳар хил нархларда сотиш имконини беради.

Савдо-сотиқ фаолиятида маркетинг мутахассислари учун нарх белгилашнинг икки асосий сиёсати мавжуд. Бу “қаймоғини олиш” сиёсати ва “кириб олиш” сиёсатидир. Шунингдек бу ёндашувларнинг айрим турлари ҳам учрайди.

“Қаймоғини олиш” сиёсатидан аксарият бозорга янги маҳсулотни жорий этишда фойдаланилади. Бунда нарх қандайдир бир юқори даражада белгиланади, маҳсулот эса сегментация натижасида асосий деб эътироф этилган бозорда сотилади. Бозорнинг тўйинишидан сўнг истеъмолчиларни жалб этиш мақсадида нарх пасайтирилади. Шундай йўл билан тўлиқ даромад энг кўп миқдорга етказилади. “Қаймоғини олиш” сиёсати самарадорлигини бир қатор шароитлар белгилайди:

биринчидан, маҳсулотга бўлган талаб нарх даражасига қисман таъсир кўрсатади;

иккинчидан, харидорлар маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларидан кам хабардор ва шу сабабли белгиланган суммани тўлашга тайёр;

учинчидан, бозор доирасида нарх сегментлари мавжуд бўлиб улар муайян чегараларда нархни ўзгартириб туришга имкон беради. Ниҳоят, “қаймоғини олиш сиёсати” бозорда рақобат бўлмаганда ва шунингдек у бозорда яқин орада рақобатчилар қўйилмаган ҳолларда яхши натижа беради. “Қаймоғини олиш” сиёсатининг бир қатор камчиликлари ҳам бор:

биринчидан, юқори нархлар юқори фойда беради ва рақибларнинг фаол қизиқишини уйғотади. Дастлабки нарх қанчалик юқори бўлса, бозорда рақибларнинг тез пайдо бўлиши эҳтимоли ҳам шу қадар кўпроқ.

иккинчидан, юқори нархларни жорий этишда муқобил маҳсулотлар нархларнинг ўртача даражаси нуқтан назаридан қийинчиликларга учрайди. Мабодо янги маҳсулот нархи ўзига ўхшаш маҳсулотларга қиёсан ғоят юқори бўлса, бундай маҳсулот бозорда яхши ўтмаслиги мумкин.

“Кириб олиш” сиёсати “қаймоғини олиш” ёндашувига зид ўлароқ паст нархларни жорий қилиш ва катта ҳажмли товар айланмасини амалга оширишга чорлайди. Бу ёндашувга издош бўлган фирмалар арзон нархлар жозибаси маҳсулот сотиш ҳажмини жуда ошириб, товарни

юқори нархларда сотишга қараганда кўпроқ тўлиқ даромад қелтиради, деб фарз қилади.

“Кириб олиш” сиёсати кўпроқ бозор нарх сегментларига бўлинмаган ва юқори нархли маҳсулотларни харид қилишга тайёр бозор харидорлари бўлмаган шароитларда қўлланилади. Шу сабабли бундай сиёсатни ижтимоий кўзга ташланмайдиган ва ижтимоий мавқени, қиёфа рамзини бермайдиган янги маҳсулотларга нисбатан қўллаш мақсадга мувофиқдир. Шунингдек, талаб нархга нисбатан таъсирчанроқ ва арзонроқ нархлар янада кўпроқ товарни сотишга имкон берадиган шароитларда бу сиёсатнинг самараси кўзга яққол ташланади.

Нихоят, “қириб олиш” сиёсати рақобат бўлган ёки рақобат-чилар бозорга енгилгина қириб олариган ҳолларда қўлланилади. Бундай шароитларда фирмалар паст нархларни қўллаб, бозор “жозибасини” сўндирадилар. Аммо арзон нархлар стратегиясида зарар кўрмаслик нуқтасига етиш учун кўп миқдорда товар сотилиши керак. Аксарият ҳолларда, айниқса маҳсулотни жорий этиш жараёнида эса арзон нархлар зиён кўришга олиб келади. Шу сабабли ягона йўл-товар сотиш бозорларини кенгайтириш, янги сегментлар излашдир.

XI БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА СОЛИҚ ТИЗИМИ ВА СОЛИҚ СТАВКАЛАРИ

11.1. Ўзбекистондаги солиқ тизими

Солиқлар жуда қадимдан юзага келиб, цивилизациянинг шаклланиши билан аста-секин ривожланиб борган. Мукамал солиқ тизимининг мавжудлиги кўп томонлама давлат ва иқтисодиётнинг ривожланиш даражасига боғлиқдир. Классик сиёсий иқтисод асбобларидан бири-Адам Смит 1776 йилда «Миллатларнинг бойлиги» асарини асарини солиққа тортиш иқтисодиётнинг ривожланишига олиб келувчи солиқларнинг барчага тааллуқлилиги ва даромадга мутаносблигини, қатъийлик, оддийлиги ва қулайлиги, йиғилишдаги камхаражатлилигини айтган. Солиқ сиёсатининг тўрт тамойилини соҳибқирон Амир Темур ўзининг «Тузуклари»да бундан тўрт аср аввал кўрсатиб ўтган. Унга кўра, солиққа тортиш ҳосил йиғилгандан сўнг амалга оширилиши, бунда суғориладиган ерлардан ҳосилнинг учдан бир қисми хазинага ундирилса, суғорилмайдиган ерлардан эса тўртдан бир қисмининг ундирилиши таъқидланади. Манфаатдорликни сусайтирмаслик мақсадида даромадларни ҳаддан ортиқ солиққа тортилмаслиги зарурлиги асосланади.

Солиқлар - бозор муносабатлари шароитида давлатнинг иқтисодиётни тартиблашдаги кредит сиёсати, субсидия ажратиш каби ажралмас элементи бўлиб, солиқлар тўғрисидаги қонунчиликни билиш ҳар қайси тadbиркор учун ўз фаолиятининг дастлабки давридан зарурдир (қайси солиқларни тўлаш, қанча ва қачон).

Солиқлар моҳиятига кўра асосий даромадлар (бюджет) ва нобюджет фондларни шакллантириш мақсадларига қаратилган мажбурий пул муносабатлари бўлиб, шаклига кўра эса давлат қонунчилигида белгилаб қўйилган тартиб ва шартларда солиқ тўловчилар (юридик ва жисмоний шахслар) томонидан амалга ошириладиган бюджет ва нобюджет фондларга тўланадиган мажбурий тўловлардир.

Солиқлар икки асосий вазифани: **фискал** (хазина) ва **назорат қилиш**ни вазифасини бажаради

Солиқларнинг **фискал** (хазина) **функцияси** вазифасига кўра ҳақиқатан ҳам тadbиркор ва алоҳида фуқаролар даромади (фойдаси)нинг бир қисмини давлат бюджетига ундирилишидан иборат.

Нazorat вазифаси эса, солиқлар қайта тақсимлаш жараёнининг актив иштирокчиси сифатида қайта ишлаб чиқаришга, уни рағбатлантириш ёки суръатини пасайиши, капитал маблағини юксалиши ёки камайишига, истеъмол қобилиятининг кенгайиши ёки қисқариши орқали жиддий таъсир этишидир.

Давлат солиқ механизмига ҳуқуқий шаклни солиқ қонунчилиги воситасида беради. Солиқ механизми йўналиши солиқ сиёсатидан келиб чиқади. Солиқ сиёсати йўналиши ўзгарса, солиқ механизмининг кераксиз элементлари чиқариб ташланади ва янги элементлар жорий этилади.

Солиқ механизми деб, бюджет механизми таркибига кириб, солиқда тортиш билан боғлиқ бўлган солиқлар ва бошқа тўловларин (ажратма, йиғимлар) ташкил қилиш барча элементларининг йиғиндиси тушунилади. Солиқ механизми солиқ тизимини амалиётга тадбиқ этилишини ифодалайди. Бу механизмнинг таркибида солиқлар аксарият узоқ йиллар амал қиладиган қисми мавжуд бўлса, ажратма, йиғимлар ва солиқ элементлари (масалан, ставкаси) тез-тез ўзгариб туриши мумкин.

Республикамызда мустақилликнинг дастлабки кунларидан бошлаб солиқ соҳасида ўндан ортиқ Қонунлар қабул қилинди. Ўтган давр мобайнида уларга киритилган ўзгаришлар, тўлдиришлар амалга оширилди. Ниҳоят 1997 йил 24 апрелда ҳамма солиқларни ўзида мужассамлантирган ягона ҳуқуқий асос-Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодекси қабул қилинди.

Ҳозирги вақтда солиқ механизмини такомиллаштириш йўналиши - бюджетга солиқларнинг тўлиқ ва ўз вақтида тушиши, аynи бир вақтнинг ўзида товар ва хизматлар ишлаб чиқаришни кенгайтириш ва кўплаб даромад олиш имконини беришга, экспорт маҳсулот ишлаб чиқаришни кўпайтириш орқали қатъий валютага эга бўлишларига қаратилган. Бу эса бозор иқтисодиёти талабларига мос келиб, иқтисодиётни барқарорлаштириш имконини яратади.

Давлат молиявий манбасининг асосини солиқлар ташкил этиб, солиқ сиёсатини ишлаб чиқиш давлатнинг муҳим вазифаси ҳисобланади. Уни ишлаб чиқиш учун давлат Молия вазирлиги, Давлат солиқ қўмитаси ва бошқа идораларни жалб этади. Солиқ сиёсати ҳаётийлиги ва муваффақиятли амалга оширилиши учун у илмий жиҳатдан асосланган бўлиши керак. Уни тинимсиз такомиллашуви йўлида давлат илмий-методик изланиш марказларини тузади ва уларнинг фаолиятида солиқ муносабатлари чуқур ўрганилиб, ундан илмий хулосалар чиқарилиши лозим. Акс ҳолда, бундай сиёсат ижобий натижа бериши қийин.

Ўзбекистон Республикаси солиқ сиёсатининг асоси - Республика Президенти Ислом Каримовнинг республика иқтисодий ривожланишининг беш тамойиларидан келиб чиққан бўлиб, бу сиёсат икки йўналишда юритилади:

1. Корхона ва ташкилотларга нисбатан солиқ сиёсати. Корхона ва ташкилотларнинг бозор иқтисодиёти шароитидаги эркинлигини ҳисобга олиб, уларнинг молиявий мустақиллигига, эркин баҳо белгилашларига тўсқинлик қилмаслик, бюджетга солиқ ва йиғимларни белгилаётганда фақат демократик асосда, солиқ қонунчилигида белгилаб берилган солиқларни ундиришни ташкил этишдир.

2. Аҳолининг турли хил гуруҳларига нисбатан солиқ сиёсатининг хилма-хил ёндашуви. Бу йўналиш аҳолининг ночор, кам таъминланган қисмига солиқда имтиёзлар бериш ва юқори даромад олувчиларга нисбатан юқори прогрессив солиқ ставкаларини қўллашдан иборатдир.

Узоқ муддатга мўлжалланган солиқ муносабатларидаги муҳим йўналишлар бўйича чора-тадбирлар мажмуи солиқ сиёсатининг стратегиясини ташкил этади. Солиқ стратегиясининг алоҳида маълум давр (йил ва ҳоказо)да амалга оширилиши лозим бўлган аниқ тадбирлари солиқ сиёсати таянқасида кўрсатилади.

Мустақиллик йилларида янги солиқ тизимини шакллантириш ва такомиллаштириш юзасидан бир қатор ишлар амалга оширилиб, бу давр икки босқични бошидан кечирди.

Биринчи босқич (1991-1994 йиллар)да асосий эътибор солиқларнинг хазина функциясини бажаришга, бюджетни керакли маблағлар билан таъминлашга, республика давлат бюджети мувозанатини сақлашга қаратилди. Солиқ турларининг кўпчилиги ва улар ставкаларининг юқорилиги (даромадларнинг 45 фоизигача бюджетга олиб қўйилиши) корхоналарни кенгайтириш ва техник қайта жиҳозлашнинг камайишига олиб келди; бу йўналишда солиқлар бўйича белгиланган кўплаб имтиёзлар ҳам ўз самарасини бермади. Шу даврда солиқлар ўзининг қизиқтириш ва қайта тақсимлаш функциясини ҳам пухта бажармади. Корхоналарга солиқ юкни камайтириш, уларни рағбатлантириш ўрнини кучайтириш талаб этилди.

Иккинчи босқич (1995-1998 йиллар) республикада солиқ сиёсатини такомиллаштириш, янги солиқ тизимини жорий этиш, бозор иқтисодиёти талабларидан келиб чиқиб амалга оширилишида талайгина чора-тадбирларининг амалга оширилганлиги билан изоҳланади.

1. Солиқ турларини қисқартириш. Хом ашё ресурсларини республикадан четга чиқариб сотиш солиғи, қимматли қоғозлар операцияси солиғи, ўрмон даромади ва бюджетга 20 фоизли амортизация ажратмаси, маҳаллий бюджетларга 3,5 фоизли ажратма бекор қилинди. Ер остидан фойдаланганлик учун одинадиган солиқ моддий хом ашё базаси жамғармаси тўлови билан, мол-мулк солиғи транспорт эгаларидан олинadиган солиқ билан қўшиб юборилди. Кичик корхоналар тушумидан 10 ва 25 фоизли ягона солиқ жорий этилди. Фуқаролар даромад солиғининг шкаласи ўзгартирилиб, прогрессив солиқ шкаласи жорий этилди. Экология солиғи маҳсулот таннархидан 1 фоиз қилиб белгиланди.

2. Даромадлардан олинadиган солиқ ресурслардан ва мол-мулкдан олинadиган солиқларга ўтказилди. Ресурс тўловлари 1,5 баробарга оширилди. Сув ресурслари солиғи жорий этилиб, илгари саноат корхоналари ва электр станцияларигина тўлаган сув ҳақини энди сувдан фойдаланувчиларнинг ҳаммаси тўлайдиган бўлди.

3. Республика товар ишлаб чиқарувчиларини ҳимоя қилиш. Импорт қилинган алкоголь ичимликларига, тамаки маҳсулотларига, автомобилларга акциз солиғи ва акциз маркалари жорий этилди.

4. Солиқ базаси яқиндаги ва солиқ ставкалари тавонлиштирилади. 1998 йилдан бошлаб қатор ишлаб чиқариш соҳаларида даромадга солинадиган солиқ ягона даромадга (фойдага) нисбатан солиққа ўзгартирилди. Меҳнат ҳақи фонди солиғи фуқароларнинг даромад солиғига ўтказилди.

5. Қўшилган қиймат солиғи (ҚҚС) роля ва бюджетга олш тартиби ўзгарди. Солиқ ставкасининг дифференциациялашуви жорий этилиб, умумий солиқ ставкасининг 20 фоизлик даражаси 2000 йил учун ҳам сақланди. Нефть маҳсулотлари ва минерал ўғитларни қишлоқ хўжалигига берилса ва экспортга чиқарилса, **фоизсиз(нолти)** ставка қўланиб, сотиб олинган ва сотган маҳсулотлар учун ҚҚС тўланмайдиган бўлди.

6. Алоҳида соҳаларни ривожлантиришда солиқлар тўғрисида фойдаваналди. Қишлоқ хўжалиги, халқ истеъмоли буюмлари ишлаб чиқариш, илмий-тадқиқот ишларини олиб бориш, республикага хорижий инвестицияни жалб этиш, қўшма корхоналар қуриш, кичик ва ўрта бизнесни ривожлантириш, маҳсулотларни экспортга чиқариш ва импорт ўрнини босадиган товарлар ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш манфаатдорлигини ошириш, аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш, базавий соҳалар ва устувор лойиҳаларни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш талбирлари амалга оширилди.

Давлат ҳар қандай босқичда ўзининг иқтисодий ҳолатларидан келиб чиқиб долзарб аҳамиятга эга бўлган тамойилларни танлаб олади ва ўзининг солиқ тизимини шакллантиради.

Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодекси 4-моддасида белгиланган солиқ қонунчилигининг асосий тамойиллари қуйидагилардир:

1. Ҳар бир шахс белгиланган солиқлар ва йиғимларни тўлаши шарт.
2. Солиқ солиш-юрдик шахсларга нисбатан мулкчилик шаклидан қатъий назар, қонун олдида тенглик, жисмоний шахсларга нисбатан эса жинси, irqи, миллати, тили, дини, ижтимоий келиб чиқиши, эътиқоди, шахсий ва ижтимоий маъқайдан қатъий назар, қонун олдида тенглик асосида амалга оширилади.
3. Белгиланган солиқлар ва йиғимлар товарларнинг (ишлар, хизматларнинг) ёки пул маблағларининг Ўзбекистон Республикаси ҳудуди доирасида эркин муомалада бўлишини бевосита ёки билвосита чеқлаб қўйиш ёхуд солиқ тўловчининг иқтисодий фаолиятини бошқача тарзда чеқлаб қўйиши ёки унга ров бўлиши мумкин эмас.
4. Олинган манбаяридан қатъий назар, барча даромадларга солиқ солиниши шарт.
5. Солиқ имтиёзларини белгилаш ижтимоий адолат принципларига мос бўлиши керак.

Солиқларнинг мажбурийлик, қатъийлик ва оммавийлик, муайян солиқ тўловчи учун эквивалентсизлик каби ўзига хос белгилари мавжуд.

1. Солиқ ва йиғимлар мажбурий бўлиб, солиқ тўловчининг хоҳишига боғлиқ эмас. Бу эса солиқларни ихтиёрий хайр-эҳсондан тубдан фарқлайди.

2. Солиқ ва йиғимларнинг фақат қонунчиликда белгиланган асосларда ундирилиши. Бунини амалга ошириш учун эса тартибли давлат тизими, тараққий этган солиқ тизими мавжудлиги талаб этилади.

3. Солиқ ва йиғимларни тўлаш оммавий бўлиб, барчага баробар тааллуқлидир.

4. Солиқ тўловчиларнинг алоҳида тўлаган солиқ ва йиғимлари суммаси тўловчининг ўзига тўлиқ эквивалент ҳолда қайтмайди. Давлат ундирилган солиқ ва йиғимлар ҳисобидан солиқ тўловчиларга ижтимоий хизматлар (мудофаа, хавфсизликни таъминлаш, тартиб-интизом ўрнатиш ва бошқа ижтимоий-зарурий хизматлар) кўрсатади.

11.2. Солиқ турлари ва фойз ставкалари

Солиқ тизимини, даромад таркибини таҳлил қилишда уларни системалаш ва таснифлаш зарур. Солиқлар таснифи - уларни аломатларига кўра гуруҳлаш бўлиб, Ўзбекистон солиқ қонунчилигига асосан солиқлар қуйидаги аломатларига кўра таснифланади:

а) бюджетга тушишига кўра - умумдавлат ва маҳаллий солиқлар мавжуд. Давлат бюджетига тушадиган ҚҚС, акциз, юридик ва жисмоний шахслар даромадидан ундириладиган солиқлар умумдавлат солиқлари ҳисобланади. Республика ҳукумати умумдавлат кўламида жуда катта вазифаларни: мудофаа, хавфсизликни сақлаш, тартиб-интизом ўрнатиш, бозор инфратузилмасини яратиш, меҳнаткашларни ижтимоий ҳимоя қилиш кабиларни амалга оширишга ҳамда маҳаллий бюджетларни бошқаришга ажратмалар туширишни амалга ошириш йўлида йиғилган маблағларни сарфлайди.

Ўзбекистон Республикаси ҳудудида қуйидаги умумдавлат солиқлари амал қилади:

- 1) юридик шахслардан олинadиган даромад (фойда) солиғи;
- 2) жисмоний шахслардан олинadиган даромад солиғи;
- 3) қўшилган қиймат солиғи;
- 4) акциз солиғи;
- 5) ер ости бойликларидан фойдаланганлик учун солиқ;
- 6) экология солиғи;
- 7) сув ресурсларидан фойдаланганлик учун солиқ.

Умумдавлат солиқлари ҳар йили қонуний тартибда белгиланadиган меъёрлар бўйича тегишли бюджетлар ўртасида тақсимланади.

Маҳаллий солиқлар маҳаллий ҳокимият бажарадиган вазифаларга қараб белгиланиб, асосан меҳнаткашларнинг ижтимоий масъалари:

мактаб, соғлиқни сақлаш, маданият, маориф, шаҳар ва қишлоқларни ободонлаштириш каби масалаларни ҳал этишга сарфланади. Бу солиқлар фақат шу ҳудуднинг бюджетига тушади ва ундан бошқа бюджетларга ажратмалар берилмайди.

Маҳаллий солиқлар ва йиғимлар маҳаллий бюджетга ўтказилиб, уларга қуйидагилар кирadi:

- 1) мол-мулк солиғи;
- 2) ер солиғи;
- 3) реклама солиғи;
- 4) автотранспорт воситаларини оляиб сотганлик учун солиқ;
- 5) савдо-сотиқ қилиш ҳуқуқи учун йиғим, шу жумладан айрим турлардаги товарларни сотиш ҳуқуқини берувчи лицензия йиғимлари;
- 6) юридик шахсларни, шунингдек тадбиркорлик фаолияти билан шуғуллианувчи жисмоний шахсларни рўйхатта олинганлик учун йиғим;
- 7) автотранспорт тўхташ жойидан фойдаланганлик учун йиғим;
- 8) ободончилик ишлари учун йиғим.

Ўзбекистон Республикасида амал қиладиган умумдавлат солиқлари, маҳаллий солиқлар ва йиғимлар Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси томонидан белгиланади ва бекор қилинади. Маҳаллий солиқларнинг 1- ва 2- бандларида назарда тутилганлари Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари билан жорий этилиб, республиканинг бутун ҳудудида ундирилади. Унинг 3-8-бандларида назарда тутилган солиқ ва йиғимлари эса Қорақалпоғистон Республикаси, вилоятлар ва Тошкент шаҳар ҳокимликлари томонидан жорий этилади. Бу солиқ ва йиғимлар ставкаларининг энг юқори миқдорлари ва янги маҳаллий солиқ ва йиғимларни жорий этиш Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси билан мувофиқлаштирилиб белгиланади.

б) иқтисодий моҳиятига кўра - тўғри ва эгри солиқлар мавжуд. Солиқ тўловчиларнинг ўз мулклари ва ҳамма даромадларидан ундириладиган солиқлар тўғри солиқлардир. Товар ва хизматларнинг қиймати устига устама равишда қўйиладиган солиқлар эгри солиқлар дейилади. Уларнинг ҳуқуқий тўловчилари маҳсулотларни жўнатувчилар, иш ва хизматларни бажарувчилар бўлсаларда, солиқни ҳақиқатан бюджетга тўловчилар товар ва хизматларни истеъмол қилувчилардир, яъни ҳақиқий солиқ тўловчилар бу ерда яширинган. Эгри солиқлар қаторига ҚҚС, акциз солиғи, божхона божи, ер остидан фойдаланиш солиқлари кирadi.

в) солиққа тортиш объектига кўра - айланмадан, даромаддан ва мол-мулк қийматидан олинадиган солиқ гуруҳларига бўлинади. Айланмадан олинадиган солиқларга ялпи тушумдан олинадиган ягона солиқ, айланмадан олинадиган ягона солиқ, ҚҚС, акциз солиғи, божхона божи, ер остидан фойдаланиш солиқлари кирadi. Юридик шахсларнинг даромадига (фойдасига), жисмоний шахсларнинг

даромадига солинадиган солиқ, савдо ташкилотларининг даромадларидан ва рекламадан олинган солиқлар даромаддан олиннадиган солиқлардир. Мол-мулк қийматидадан олиннадиган солиқларга мол-мулк солиғи, ер солиғи, ер ости қазилма бойликларидан фойдаланиш солиғи, экология, автотранспорт воситаларини қайта сотиш солиғи киради.

г) тўловчисига кўра - юридик ва жисмоний шахслардан олиннадиган солиқлар гуруҳи мавжуд. Юридик шахслардан олиннадиган солиқларга барча эгри солиқлар, корхоналар даромад (фойдаси) солиғи, ер остидан, сув ресурсларидан фойдаланганлик солиғи, экология, савдо ташкилотларининг ялпи даромад солиғи, мол-мулк солиғи, реклама солиғи, кичик бизнес учун учун ягона солиқ кабилардан иборат. Давлат бюджети даромадларини ташкил этишда юридик шахслардан олиннадиган солиқлар ҳал қилувчи қисмни (85 фоизни) ташкил этади. Уларнинг муҳим хусусияти нақд пулсиз корхоналар ҳисоб (жорий) счётларидан бюджет счётларига кўчирилишидир. Бу эса уларни ундиришда қулай ва кам харажатлилигини таъминлайди. Жисмоний шахслар тўлайдиган солиқларга даромад солиғи, мол-мулк, ер, автотранспорт воситаларини қайта сотиш солиғи ва бир қатор йиғимлар киради. Жисмоний шахслардан ундириладиган баъзи солиқлар, яъни ер, мол-мулк, автотранспортни қайта сотиш солиқлари ва бир қатор йиғимлари нақд пулда ундирилганлиги учун уларни тўлаш машаққатли ва қўшимча харажатлар талаб қилади. Солиқ йиғиш харажатлари махсус тажрибага эга бўлган солиқ инспекторларининг ҳужжатларни (чақириқлар декларация, хабарномалар ва бошқалар) кўплаб тўлдиришлари натижасида кўпайиши туфайли юзага келади. Тўловчисига кўра ундириладиган солиқ ва йиғимлар солиққа тортиш объектига ва уларни ҳисоблаш усулларига кўра хияма-хил хусусиятлар касб этади.

Қонун чиқарувчи идоралар томонидан белгиланган ва ижрочи идоралар орқали ундириладиган солиқ элементлари, уларни ташкил этиш тамойиллари, ва усуллари мажмуи "солиққа тортиш тизими" дейилади. Унинг таркибини ташкил этувчи солиқ элементларига: солиқ объекти, субъекти, манбаи, солиқ ставкаси, тўлов муддатлари, солиқ ҳуқуқи ва меъёрий ҳужжатлари киради.

Солиққа тортиш субъекти - қонунга мувофиқ мазкур солиқни тўлаши керак бўлган солиқ тўловчи жисмоний ёки юридик шахс. Солиқларни тўри ҳисоблаш, тўлиқ тўлаш жавобгарлиги солиқ тўловчи субъектга юклатилган.

Солиққа тортиш объекти - солиқ солинадиган даромад, жўнатилган маҳсулот, қилинган хизматлар ёки мулкдир. Унга фойда, иш ҳақи, қўшимча қиймат, ер, иморат, транспорт воситаси кабилар киради. Объект доимо субъект билан боғлиқ бўлиб, субъектсиз объект бўлмайди. Масалан, ҚҚС (қўшимча қиймат солиғи)да объект жўнатилган маҳсулот ёки хизматлар айланмаси, даромадга солинган солиқда даромад (фойда), мол-мулк солиғида мулк қиймати ва бошқалар.

Солиқ манбаи - солиқ тўловчи субъектларнинг даромалидир. Баъзи солиқларда даромад ва фойда ҳам солиқ объекти, ҳам солиқ манбаи бўлади. Баъзиларида солиқ объектилари ҳар хил, манбаи эса - даромад бўлади.

Солиқда тўриш бирлиги - объектнинг ўлчов бирлиги бўлиб, у даромад солиғида сўм, ер солиғида кв.метр, транспорт солиғида фуқаролар учун двигатель қуввати (от кучи) билан белгиланади.

Солиқ ставкаси (нормаси) - объектнинг ҳар бир бирлиги учун давлат томонидан белгиланган метёрдир. Солиқ ставкалари икки усулда: қатъий ставкаларда (сўмда) ва нисбий ставкаларда-фонизларда инфодаланади. Бозор иқтисодиётига ўтиш ва инфляция шароитида ставка сўмларда ҳисобга олинса, солиқлардан тушган бюджет даромади йил охирига келиб ҳеч қандай аҳамият касб этмай қолиши мумкин. Шунинг учун бундай шароитда нисбий ставкаларни қўлаш мақсадга мувофиқдир.

Солиқ даври - солиқ олинадиган вақт (ой, йил).

Солиқ оқлади - битта объектдан тўланадиган солиқ суммаси.

Солиқда тўриладиган минимал - солиқ объектнинг солиқдан бутунлай озод қилинадиган энг кам қисми.

Солиқ тўлови - ҳисоблаб чиқилган солиқ суммаси.

Солиқ дендративиси - солиқ тўловчининг муайян давр ичида қўла киритган даромадлари тўрисида унинг ўзи берадиган расмий баёноти; бунда шу даромадларга дахлдор имтиёзлар ҳам кўрсатилган бўлади.

Солиқ имтиёзлари - солиқлардан бутунлай ёки қисман озод этиш. Улар қуйидаги шаклларда берилиши мумкин: солиқдан озод қилиш; янги тузилган корхоналарга бериладиган имтиёзлар; солиқдан вақтинча озод қилиш; солиқда тўриладиган базани камайтириш; хоржий шерикларга имтиёзлар бериш; маҳаллий ҳокимлик ва бошқарув органлари белгилайдиган тартибда бериладиган имтиёзлар.

Солиқ қонунчилигида солиқларнинг пропорционал, прогрессив, регрессив ва ноли ставкалари мавжуд.

Ҳозирда Ўзбекистон солиқ қонунчилигига мувофиқ солиқларнинг пропорционал, прогрессив ва ноли ставкаларига амал қилинади.

Пропорционал солиқ ставкасида қиймат қандай бўлишидан қатъий назар, ягона ставкада солиқ олинади. Бу ставка ҳамма солиқ тўловчилар учун бир хил бўлишини белгилайди. Масалан, ҚҚС бўйича маҳсулот ва хизматлар айланмаси 10 минг сўм бўладими, 100 минг сўм бўладими, шу қийматларнинг 20 фоизи даражасида солиқ тўланади.

Прогрессив солиқ ставкаларида эса даромад кўпайиши билан солиқ ставкаси ҳам ошиб боради. Солиқ қонунчилигимизда фуқароларнинг фақат даромад солиғига қўлланилиб, минимал иш ҳақининг 3 баробарига тенг қисмига 15 фоиз, ундан 2 каррали қисмига 25 фоиз, ундан ошган 5 каррали қисмига 36 фоиз ва 10 карралигидан ошган қисмига 40 фоиз солиқ ундирилади. Бу ставкалар инфляцияни жиловлаш, пулни мустаҳкамлаш, бюджетга кўп пул маблағлари тушириш

мақсадида ҳамда кам таъминланган аҳолини ижтимоий ҳимоя қилишни кўзда тутиб қўлланилади.

Регрессив солиқ ставкаси солиқ объекти ошиб бориши билан солиқ ставкаси камайиб боришини англатади. Бу солиқ ставкасининг қўлланилиши учун талбиркорлар ўз даромадлари талаб қилинади. 2000 йил 1 июлидан бошлаб товар экспорт қилиб, қатъий ваяюгалар тушумига эришганлар моддий жиҳатдан рағбатлантирилиб, жами ишлаб чиқаришдан (сотилган) маҳсулотини сотишдан тушган даромад солиғидан озод қилинди. Регрессив ставкаларни қўллаш иқтисодиётни ривожлантиришда катта аҳамиятга эга.

Ноли ставка эгри солиқлар сифатида қўшимча қиймат солиғи олинандиган маҳсулот ва хизматларга қўлланилиб, уни қўллаш иқтисодиётга ижобий таъсир кўрсатади. 1998 йилдан бошлаб экспорт қилинган товарларга, қишлоқ хўжалигига ёқилги - мойлаш материаллари ва кимёвий ўғитлар етказиб берилганда ҳамда элчихоналар ва ваколатхоналарга товарлар берилганда уларни солиққа тортиш ноли ставкада белгиланиши жорий этилди. Дунёнинг ривожланган давлатлари тажрибасига кўра иқтисодиётни ривожлантириш учун қўлаб ноли ставкаларни қўллаш таклиф этилади.

11.3. Юридик ва жисмоний шахслардан олинандиган солиқлар

Ўзбекистон Республикаси солиқ қонунчилигига кўра солиқ тўловчилар икки гуруҳга бўлиниб, улар юридик ва жисмоний шахслардан иборат.

Юридик шахс деб, ўзининг ихтиёрида, қарамоғида, фойдаланишида мулкка эга бўлган, ўзининг мажбуриятларига шу мулк билан жавоб берадиган, бухгалтерия балансига ҳамда банкда ҳисоб счётига эга бўлган шахслар кўзда тутилади.

Юридик шахс мақомини олмаган шахслар эса “жисмоний шахслар” деб юритилади.

Юридик шахслар зиммасига юклатилган солиқ ва йиғимлар: а) умумдавлат бюджетига тўланадиган; б) маҳаллий бюджетларга тўланадиган гуруҳларга бўлинади.

Умумдавлат бюджетига тўланадиган солиқ ва йиғимларга куйидагилар қиради:

- Юридик шахслардан олинандиган даромад солиғи;
- Қўшилган қиймат солиғи;
- Акциз солиғи;
- Ер ости бойликларидан фойдаланганлик учун солиқ;
- Экология солиғи;
- Сув ресурсларидан фойдаланганлик учун солиқ;
- Савдо ташкилотларининг ялпи даромад солиғи;

- Божхона божи;
- Қимматбаҳо қоғозларни рўйхатдан ўтказиш йиғими;
- 5 фойзли эркин алмаштирилладиган валюта сотиб олиш

Йиғими:

- Давлат автомобил назорати (ДАН) йиғими;
- Бошқа тўловлар.

Маҳаллий бюджетларга тўланадиган солиқ ва йиғимлар:

- Юридик шахслар тўлайдиган солиқлар;
- Мол-мулк солиғи;
- Ер солиғи;
- Қишлоқ хўжалиги товари ишлаб чиқарувчилари учун ягона ер

солиғи;

- Реклама солиғи;
- Автотранспорт воситаларини қайта сотиш солиғи;
- Кичик бизнес учун ягона солиқ;
- Ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш солиғи;
- Савдо ҳуқуқини олиш йиғими;
- Тадбиркорлик билан шуғулланувчи юридик шахсларни

рўйхатдан ўтказиш йиғими;

- Автотранспортнинг турар жойи йиғими;
- Ободонлаштириш ишлари йиғими;
- Деҳқон бозоридаги йиғим.

Юридик шахслардан олинадиган солиқлар дашлат бюджети даромадларининг асосий қисмини ташкил этади. Уларнинг салмоғи 1-жадвалда келтирилган.

1-жадвал.

Бюджет даромадларида юридик шахслар солиқ ва йиғимларининг салмоғи

№	Солиқлар номи	Салмоғи %			
		1996	1997	1998	2000
1	Юридик шахслар фойдасига солиқ	25,8	23,9	21,8	13,5
2	Мол-мулк солиғи	1,5	2,3	3	2,8
3	Ер солиғи	3,5	3,6	4	4,0
4	Ер ости бойликларидан фойдаланганлик солиғи	0,6	1,3	2,1	1,2
5	Қўшимча қиймат солиғи	17,7	25,1	25,3	29,7
6	Акциз солиғи	20,0	14,4	13,4	18,6
7	Божхона божи	1,6	1,5	2,1	1,3
8	Бошқа солиқлар ва йиғимлар	9,3	8,8	11,3	3,9
9	Жами	80	81	83	75

Юридик шахсларнинг бюджетга тўлайдиган солиқлари узлуксиз ҳар ойда ва йил чорақларида тушиб туриши орқали давлат бюджети харажатларини режали молиялаштиришда узвийликни ва барқарорликни таъминлашда ҳал қилувчи манба вазифасини ўтайди. Бу солиқларни (давлат божидан ташқари) нақд пулсиз ва ўз муддатида ўтказилиши мажбурийдир. Тўлаш мудлатидан ўтказилган ҳар бир кун учун ўтказилиши лозим бўлган солиқ суммасидан 0,15 фоизи даражасида пеня ҳисобланиб қўшимча бюджетга олинади. Бу эса ўз навбатида солиқларнинг тушишини ва пул маблағларининг ҳаракатини тезлаштиради, ижтимоий харажатлар (пуя тўлаш, ташиш, сақлаш) иқтисодини таъминлайди.

Юридик шахслардан олиннадиган даромад (фойда) солни «Маҳсулот (ишлар, хизматлар)ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисида»ги низом (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 5.02.1999 йил 5-1 сон қарори билан тасдиқланган) асосида аниқланади.

Бу низомга асосан хўжалик юритувчи субъект (юридик шахс) фаолияти куйидаги кўрсаткичлар билан тавсифланади:

-Сотишдан олинган соф тушум билан сотилган маҳсулотнинг таннархи ўртасидаги тафовут маҳсулот сотишдан олинган ялпи фойда;

-Маҳсулот сотишдан олинган ялпи фойда билан давр харажатлари ўртасидаги тафовут ва унга қўшилган асосий фаолиятдан кўрилган бошқа даромадлар ёки кўрилган бошқа зарарлар айирмаси асосий фаолиятдан олинган фойда;

-Асосий фаолиятдан олинган фойда суммасига молиявий фаолиятдан кўрилган даромадларни қўшиб, зарарлар айирмаси йиғиндиси ҳисоблагандаги фарқ умумхўжалик фаолиятдан олинган фойда (ёки зарар)ни англатади;

-Умумхўжалик фаолиятдан олинган фойдага фавқулодда (кўзда тутилмаган) вазиятлардан кўрилган фойда қўшилиб, зарарлар айирмаси йиғиндиси солиқ тўлангунча олинган фойдани англатади;

-Солиқлар тўлангандан кейин хўжалик иктиёрида қолган қисми йилнинг соф фойдасини ташкил этади.

Солиққа тортиладиган даромад Низом асосида аниқланади.

Солиққа тортиш мақсадида юридик шахслар резидент ва норезидентларга ажратилади.

Резидентлар Ўзбекистонда таъсис этилган ёки рўйхатга олинган ҳамда бош корхонаси Ўзбекистонда жойлашиб, Ўзбекистон Республикасидан ташқарида рўйхатдан ўтган юридик шахслар ҳисобланади. Ўзбекистон Республикаси резиденти бўлган юридик шахслар Ўзбекистондаги ва ундан ташқаридаги фаолиятдан олган манбаларидан даромад (фойда) солиғига тортиладияар.

Даромад (фойда) солиғи суммасини ҳисоблаш учун юридик шахсларнинг жами даромадлари таркибини ўрганиш муҳимдир. Даромадлар таркибига:

- маҳсулот сотишдан ва хизмат кўрсатишдан келган тушум;
- асосий воситалар, номоддий активлар, қимматли қоғозлар, интеллектуал мулк объектлари, материаллар ва бошқа активларни сотишдан тушган даромадлар;
- фойзалар ва дивидендлар туридан олинган даромадлар;
- мулкларни ижарага беришдан тушган даромадлар;
- муаллифлик ҳақлари, патентлари, товар белгилари, янги моделлар;
- бепул молиявий ёрдам;
- фавқулодда даромадлар ва бошқа ҳар хил даромадлар.

Юқорида келтирилган манбалардан олинган жами даромадларга Низомнинг иловаларидаги харажатлар таркиби ҳам қўшиб ҳисобланади.

Молия йилида солиққа тортилалиган даромад (фойда)га эга бўлган юридик шахслар даромад (фойда)дан солиқ тўлайдилар. Молия йили календар йилига тўғри келади.

Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодексида (СК) юридик шахсларнинг турли хусусиятларидан келиб чиққан қолда уларнинг даромадига (фойдасига) солиналган солиқ ставкалари (СК 28, 29, 30-м), солиқдан озод этиш (СК 31-м), уларнинг камайтирилиши (СК 32-м) ва Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланиши мумкин бўлган имтиёзлар буйича қонуний тартиб жорий этилган.

Қўшилган қиймат солиғи (ҚҚС)-товарларни ишлаб чиқариш (ишлар бақариш, хизматлар кўрсатиш), уларни сотиш ҳамда Ўзбекистон Республикаси ҳудудида товарлар (ишлар, хизматлар) импорт қилиш жараёнида қўшилган қийматнинг бир қисмини бюджетга ажратиш ҳисобланиб, уни ҚҚС буйича ҳисобга турган ва ҳисобга туриши шарт бўлган тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи юридик ва жисмоний шахслардан ундирилади.

Молияни жаҳатидан ҚҚС эгри солиқ бўлганлиги учун корхоналарнинг молиявий якунига (фойдасига) бетараф бўлсада, корхона ишлаб чиқарган товар ва кўрсатган хизматлар нархининг ортисига олиб келади; бу эса ўз навбатида айрибошлаш жараёнини сусайтиради. ҚҚС тўлашдан баъзи ишлаб чиқарилган товарлар ва хизматлар озод этилиши ҳолатлари (СК 71-м) белгиланган. Ҳозир ҚҚС йигирма фоиз ставка буйича тўланади.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланалган ижтимоий аҳамиятга молик айрим озиқ-овқат товарлари буйича ҚҚС ўн фоиз ставкада тўланади.

ҚҚС республикамизда Европа ва қўнчилиқ бошқа мамлакатлар каби счёт-фактура усулида ҳисобланади. Бу усулга кўра корхоналар бюджетга тўлаши лозим бўлган солиқнинг сотилган товарлар буйича

ҳисобланган солиқ суммасидан счет-фактура бўйича маҳсулот etkазувчига тўланган ҚҚС фарқи миқдориди аниқланади. Масалан:

Сотилган товарлар қиймати 1.000.000 сўм.

Сотилган товарлар ҳисобидан харидордан олинган ҚҚС миқдори 20% ставкада 200 минг сўм.

Сотиб олинган товарлар қиймати 400 минг сўм.

Сотиб олинган товарлар ҳисобидан 20 % ставкада корхона тўлаган ҚҚС суммаси 80 минг сўм.

Сотилган товарлар ҳисобидан тўланган ҚҚС суммаси ва сотиб олинган товарлар ҳисобидан тўланган сумма орасидаги фарқ, яъни 120 минг сўм бюджетга тўланиши лозим бўлган ҚҚС суммаси ҳисобланади.

Акциз солиғи солинадиган товарлар рўйхати ва улар бўйича солиқ ставкаси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан ҳар йили белгиланиб, Солиқ қўмитаси ва Молия вазирлиги томонидан солиқ тўловчилардан ундирилади.

Ўзбекистон Республикасида юқоридаги рўйхатда белгиланган товарларни ишлаб чиқариш, мамлакатдан олиб кетиладиган (импорт) товарлар ва баъзи бир товарларни олиб чиқиб кетувчилар акциз солиғини тўловчилар ҳисобланадилар. Ўзбекистон Республикасида товар импорти ва экспорти билан шуғулланувчи жисмоний шахслар ҳам акциз солиғи тўловчиси бўлиши мумкин.

Акцизга тортилган товарларни солиққа тортиш объектидир. Шартномавий (эркин) баҳолар таркибига акциз солиғи қўшилган қўшимча қиймат солиғи қўшилган бўлиб, бу товарлар қийматининг ортишига сабаб бўлади.

Солиқ тўловчилар ҳар ҳисобот ойининг кейинги ойи 20-санасигача солиққа тортилмайдиган айланманинг суммаси ва акциз солиғи ҳисобини алоҳида, ўзлари рўйхатдан ўтган солиқ идорасига топширадилар. Ҳисобланган акциз солиғи суммаси ҳақиқий маҳсулот сотиш ҳажмидан келиб чиқиб ҳисобот ойининг 13, 23, ва келгуси ойининг 3-санасигача ҳар ўн кунда бюджетга тўлаб борилади. Ортиқча тўланган сумма келгуси тўловларга ўтказилади ёки солиқ тўловчининг ёзма аризасига асосан 30 кун ичида қайтарилади.

Ер ости бойликларида фойдаланганлик учун солиқ Ўзбекистон Республикаси ҳудудида фойдали қазилмалар қазиб олиш ҳамда фойдали қазилмаларни қазиб олиш билан боғлиқ бўлмаган ер ости иншоотлари куриш ва улардан фойдаланишни амалга оширувчи юридик ва жисмоний шахслар тўлайдилар.

Таркибида рангли, нодир, қора металллар ва бошқа минераллар ҳам ашёсини қазиб олувчи корхона уни тўғридан тўғри Республикадан ташқарига ёки экспортга ортса, солиқ тўлаш шу корхонанинг ўз зиммасига юкланади. Агар рудани қазиб олган корхона уни навбатдаги қайта ишловчи иккинчи корхонага берса, тайёр маҳсулот сотувчи корхона солиққа тортилади.

Солиққа тортилувчи объект бўлиб қуйидагилар ҳисобланади: - фойдали қазилмалар ва у билан қўшиб қазиб олинган қимматли компонентлар қазиб олинган ҳажмининг ҳақиқий маҳсулот сотиш қиймати;

-минерал хом ашёларнинг чиқиндилари ва қайта ишлов беришларсиз вақтинча фойдаланилмаётган хом ашёлар;

-ер ости иншоотлари ҳамда ер ости бўшлиқлари ва бошқа ер ости омборлари қурилишининг смета қиймати.

Бу объектларнинг барчасидан солиқ ҳисоблашда ҚҚС ҳисоблари чегириб ташланиб ва биринчи иккитасидан акциз ҳам чегириб ташланиб солиқ ҳисобланади.

Экология солиғини тўловчилар товарлар ишлаб чиқарувчилар, ва хизматлар кўрсатувчилар юридик шахслар ҳисобланади.

Солиққа тортиш объекти бўлиб бунда маҳсулот ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш таннархи ҳисобланади.

Таъминлов, тайёрлов, воситачилик корхона ва ташкилотларида экология солиғининг объекти бўлиб муомала харажатлари (сотиш, маъмурий бошқарув ва бошқа операцион сарфлар) ҳисобланади.

Банклар ва суғурта ташкилотлари бу солиқни кўрсатилган хизматларининг ялпи харажатлари бўйича ҳисоблайдилар.

Ҳозир экология солиғи муомала харажати ва ишлаб чиқариш таннархига нисбатан 1 фоизда белгиланган.

Сув ресурсларидан фойдаланганлик учун солиқни ўз фаолиятида сувдан фойдаланувчи юридик шахслар тўлайдилар.

Сув ресурсларига ер усти (дарёлар, қўллар, сув омборлари, канаалар, сув ҳавзалари) ва ер ости (артезиан қудуқлар, скважиналар, вертикал ва горизонтал дренаж тармоқлари) манбалари киради.

Сув манбалари қаерда жойлашганлигидан қатъий назар, солиқ идораларида рўйхатдан ўтган жойдаги сувдан фойдаланувчилар тўғридан-тўғри солиқ тўлайдилар.

Аҳоли пунктларининг сув таъминоти билан шуғулланувчи корхоналар фақат ўз фаолиятлари учун сарфлаган сув ҳисобидан солиқ тўлайдилар.

Ер усти ва ер ости сув манбаларидан ишлаб чиқариш ва техник мақсадларда фойдаланиш учун олинган сув ресурслари ҳажми (куб. м.) солиққа тортиш объекти бўлиб, унинг ставкаси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади.

Сувдан фойдаланувчилар турларига қараб солиқ ставкалари ер усти ва ер ости сув манбаларига алоҳида-алоҳида белгиланган. Солиқ тўлаш муддати ҳам фойдаланувчилар фойдаланган сув учун ҳисобланадиган солиқ суммасига кўра ҳар ойда, чоракда бир ва йилга бир марта амалга оширилиши жорий этилган.

11.4. Солиқ декларациясы ва уни тўлдирishi

Ўзбекистон Республикасидаги ва унинг ҳудудидан ташқаридаги асосий бўлмаган иш жойидан даромад олган резидент-жисмоний шахс доимий истиқомат жойидаги солиқ органига ҳисобот йилдан кейинги йилнинг 1 апрелидан кечиктирмай, жами йиллик даромад ҳақида декларация тақдим этади. Тугаган календарь йилида фақат асосий иш (ўқиш) жойида меҳнат вазифаларини бажаришдан даромад олган жисмоний шахслар яқунланган йил учун олинган даромадлари ҳақида декларация тақдим этмайдилар.

Чет эллик жисмоний шахс Ўзбекистон Республикасига келган кундан эътиборан бир ой мобайнида мулкдаги даромадлар ҳақида декларация топширади. У Ўзбекистон Республикасидан чиқиб кетадиган бўлса, амалда олган даромадлари ҳақида жўнаб кетишидан камида бир ой олдин декларация тақдим этиши керак.

Тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи юридик шахс мақомини олмаган жисмоний шахс олинган даромадлар ва қилинган харажатлар тўғрисидаги декларацияни шундай даромад пайдо бўлган кундан бир ой ўтгандан кейин беш кун ичида ва ҳисобот йилидан кейинги йилнинг 15 январигача тақдим этади.

Резидент жисмоний шахслар жами йиллик даромад ҳақидаги декларация маълумотлари бўйича ҳисоблаб чиқилган даромад солиғини ҳисобот йилидан кейинги йилнинг 1 июлидан кечиктирмай, даромад солиғи йил мобайнида қайта ҳисобланганда эса декларация солиқ органига тақдим этилган кундан эътиборан бир ой ичида тўлайдилар.

Агар жисмоний шахслар ўз тадбиркорлик фаолиятларини тўхтатган бўлса, солиқ инспекциясига даромадлари тўғрисидаги декларацияни тақдим этади.

Белгиланган тартибда тадбиркорлик фаолиятини тўхтатишга қарор қилган солиқ тўловчи жисмоний шахс ўн беш кун ичида бу тўғрисида солиқ инспекциясига ёзма хабар бериши керак.

ХII БОБ. БИРЖАЛАР ВА УЛАРДА КОРХОНАЛАРНИНГ ИШТИРОКИ

12.1. Биржалар ва уларнинг фаолият юритиш механизми

Биржа сўзининг луғавий маъноси латинча “bursa” ва немисча “borse” сўзлардан олинган бўлиб ҳамён деганини англатади. Биржанинг юзага келиши 15 аср бошларида Голландиянинг Брюгге шаҳарчасида Ван Дер Бурсе деган дўкондор уйи олдида мунтазам равишда турли давлатлардан савдогарлар йиғилиб ўзаро ахборот, товар айирбош қила бошладилар. Дўкондорнинг уйи олдида осиглик герби олдида учта ҳамён “borsen” сурати ифодаланган бўлиб шундан биржа атамаси келиб чиққан.

Дунёдаги дастлабки биржа 1531 йилда Антверпенда (Белгия) ташкил этилган. 1566 йилда Лондонда қиролик биржаси юзага келди. 1703 йилда Петр I Петербургда Россия биржасини таъсис этади. Аввалига биржалар фақат товар мавжуд бўлган шароитда олди- сотди амалга ошириладиган катта улгуржи бозорлардан иборат бўлган.

Улар турли саноат ва қишлоқ хўжалик маҳсулотлари омборларини эслатарди, сотувчилар, харидорлар, даллоллар ана шу маҳсулотлар асосида иш юритишади. Товар амалда мавжуд бўлмаган шароитда биржа битишувларини илк бор 1608 йилда Амстердам (Голландия) биржасида амалга оширилган.

Ҳозирда биржалар бозор хўжалигининг субъекти сифатида фойда олишга йуналтирилган фаолият билан шуғулланувчи мустақил корхоналардир.

Ҳозир биржа деганда, улгуржи бозор фаолиятининг гоята ривожланган шакли тушунилади. Унда олди- сотди молнинг ўз воситасида эмас, балки уни етказиб бериш шартномаси асосида амалга оширилади. Одатда биржа таъсисчиларнинг маблағи ҳисобидан ҳиссадорлик жамияти шаклида ташкил этилади. Бошқалар унда биржа операцияларини олиб бериш учун бадал тўлаб биржадан “жой” сотиб олиб аъзо бўлишлари мумкин. Шунингдек савдода қатнашмоқчи бўлганлар белгиланган миқдорда пул тўлаб киришлари мумкин бўлади.

Ўзбекистонда биржаларни ташкил этиш ва уларнинг фаолияти 1992 йил 2.07да қабул этилган. “Биржалар ва биржа фаолияти тўғрисида”, қонуни асосида амалга оширилади.

Биржанинг олий органи- унинг аъзолари умумий йиғилиши ҳисобланиб, биржа қўмиталари кенгаши унинг ижроия маҳкамасидир.

Биржаларнинг қуйидаги кўринишлари мавжуд бўлади: товар, фонд, валюта биржалари. Биржаларда талаб ва таклифнинг жамланиб йириклашган ҳолда бўлишлигини таъминлаш мақсадида “Биржа куни” белгиланиб савдо қатъий равишда ҳафтанинг маълум кунлари ва соатларида ўтказилади. Биржанинг таъсисчилари ва аъзолари унда

мунтазам равишда қатнашиш ҳуқуқига эга бўлади. Ундан ташқари биржа савдосида мижозлар ҳам тўлов эвазига кириб қатнашишлари мумкин. Биржадаги мижозлар доимий, яъни бутун йил давомида қатнашиши учун бир йўла пул тўлаган ва бир марталлик бўлиши мумкин.

Биржанинг ахборот таблосига чиқиш учун компьютер ва телефон алоқаси билан жиҳозланган маълум ўринлар сони бўлиб рақам билан белгиланган бўлади. Биржанинг аъзоси ва брокерлари доимий ўринга эга бўладилар. Йирик иштирокчилар бир мартага ёки бутун йил давомига ўрин сотиб олишлари мумкин. Ўринга эга бўлмаган мижозлар эса фақат брокерлар воситачилигида битим тузишлари мумкин.

Ахборотлар ойнасида таклиф этилаётган ва сўралаётган товарларга, оид маълумотлар акс этиб туради. Бу маълумотлар таблога биржанинг ахборотлар бўлими, брокерлар ва ўз ўрнига эга бўлган аъзолар томонидан келади.

Биржада савдони брокерлар (яъни сотувчи ва харидорлар ўртасида воситачилик қилувчи даллоллар, дилерлар (ўзи битим тузиб савдо қилувчи тижоратчи савдогарлар)) амалга оширадилар. Брокерлар даромади воситачилигида амалга ошган савдодан маълум фонз олиш ҳисобидан бўлади. Дилерлар даромади эса сотаётган молига қўйган устама нарх ҳисобидан бўлади.

Иштирокчилар савдода қатнашиши учун дастлаб биржанинг тезкор (оператив)- ахборот бўлимига мурожаат қилиб буюртма бланкаси ва биржа бюллетенини оладилар. Бюллетенда аввалги биржа кундаги натижалар котиловкаси, товарлар тури буйича амалга оширилган битимларнинг юқори ва қуйи нархи, нархлар маълумотномаси, бутун биржа кунда бўлган товарлар нархнинг ҳаракат йўналиши ва шунча ўхшашлар акс этган бўлади. Унга асосан иштирокчи сотиш ёки сотиб олишни мўлжаллаган товарни турини, миқдорини, ва ўзининг тавсия этган баҳосини кўрсатган ҳолда бюллетенни тўлдириб тезкор ахборот бўлимига топширади. Тезкор - ахборот бўлими эса мижозни брокерга йўллаши мумкин ёки уни хоҳишига кўра биржадан ўрин сотиши мумкин. Брокер мижознинг топширигига кўра аниқ товарини шартлашилган нархда сотади ёки унга мувофиқ контрагент топиб беради.

Биржадаги савдонинг асосий хусусияти ва принциплари қуйидагилардан иборат:

1. Товарлар биржада савдо рўйхатига кирган ва савдо вақтида наҳд олиб кетилмагани учун бошқасига алмаштириш осон.

2. Биржага товарлар стандартлигига кўра танлаб қўйилганлиги учун, битимларни товарни кўздан кечирмасдан ҳам тузиш мумкин бўлади.

3. Эркин бозордан фарқли равишда биржадаги савдо қатъий тартиб ва шартлар остида амалга оширилади. Чунки амалдаги тартиб қондан ҳар қандай бузилиши бошқа қатнашчиларга зарар келтириши мумкин.

4. Биржада расман белгиланган котировкалар қўлланилади, яъни биржа кунига котировкалаш ҳайъати (комиссияси) томонидан ҳар кайси товар учун ягона нарх ҳисоблаб чиқилиб тарқатилади.

12.2. Товар биржаси

Ҳозирги вақтда ривожланган давлатларда биржанинг энг ривожланган кўриниши бу товар биржасидир.

Товар биржаси ичида қуйидаги алоҳида кўмиталар ташкил этилади:

- шартномаларнинг бажарилишини назорат қилувчи ҳисоб- китоб палатаси;

- консултациялар ва юзага келадиган низоларни ҳал этиш учун биржа ҳакамлиги (арбитражи);

- котировкалаш кўмитаси- котировка (акциялар ва бошқа қимматбаҳо қорозлар курсини белгилаш); нархлар ҳаракати тўғрисида ахборотни тўплаш, биржа бюллетенини эълон қилиш учун;

- стандартлар ва сифат бўйича кўмита- моллар сифатини экспертиза қилиш ва уни биржада муомалага қабул қилиш учун;

Шунингдек биржада савдо қилувчи товар ва савдо кўринишига кўра алоҳида секциялар ташкил этилиши мумкин:

- аниқ (реал) товарлар савдоси;

- бўлажак товарлар (қишлоқ хўжалик маҳсулоти) савдоси;

- бартер савдоси;

- аукцион савдо;

Алоҳида товарлар бўйича қуйидагича секциялар ташкил этилиши мумкин:

- нон маҳсулотлари савдоси;

- тўқимачилик маҳсулотлари савдоси;

- қурилиш маҳсулотлари савдоси;

- металллар савдоси;

- химиявий ашёлар савдоси ва хоказо.

Айрим товар биржалари муайян товарлар сотилишига ихтисослашган бўлади, масалан, пахта, қаҳва, какао, қанд- шакар, ва ҳ.к. Биржаларда алюминий, кумуш, олтин, бугдой, пахта, кофе, шакар, бензин, мазут, қорамол, чарм, тухум, ёғ, мевалар шарбати концентратлари, маккажўхори, жавдар, сули ва шунга ўхшаш маҳсулотларни харид қилиш мумкин. Бозор инфратузулмаси ривожланган мамлакатларда кундалиқ эқтиёж моллари ва машина-техника маҳсулотлари биржа савдоси объекти бўлмайди.

Ўзбекистондаги биржалар ҳозирча "Универсал" кўринишида бўлиб чайналадиган сақичдан тортиб автоматик дастгоҳлар ва ҳатто мураккаб электрон қурилмаларгача сотилмоқда.

Жаҳондаги биржалар товар оборотининг тахминан 50 фоизини қишлоқ ҳўжалик маҳсулотлари ташкил этиб, қолган ярми минерал ҳам-ашё ва тайёр маҳсулотларга тўғри келади.

Биржада тузиладиган битимларнинг ҳаммаси иккита катта гуруҳга: 1) нақд товарли ва 2) фьючерс битимларига бўлинади. Нақд товарли битимлар икки хилга: "Спот" ва "Форвард"га бўлинади.

Спот битими- бевосита товар олди-сотдисидир. Агар товар биржа омборларига келиб тушган ва унинг соҳиби бу ҳақда шаҳодатнома олган тақдирда бундай битим юзага келади. Бу хил шаҳодатномалар ўз вақтида харидорга тўлов ўрнига ўтади. Товар йўлда бўлиши ҳам мумкин. Лекин бу ҳолда унинг мавжудлигини тасдиқловчи ҳужжат бўлиши керак.

"Форвард" битими бўлажак мол хусусида битим имзоланиши пайтидаги нархлар, маълумотнома нархлари ёки товар етказиб бериладиган даврдаги нархлар бўйича тузилади. Форвард битими товар муайян муддатдан сўнг (Одатда 14 ойгача лекин кўпчилик ҳолларда 6 ойгача муддатда) етказиб бериш асосида сотишдир.

Фьючерс битимлари жаҳон бозорига биржа савдосининг ҳукмронлик шакли ҳисобланади. Фьючерс битими товарни маълум муддатдан кейин, лекин дастлабки шартномада келишилган нархда етказиб беришни йфодалайди. У шартноманинг амал қилиш даврида нархнинг ўзгариши натижасида ҳосил бўладиган қўшимча фойдани олиш мақсадида тузилади. Шу сабабли фьючерс битимининг бутун мазмунини шартнома бўйича етказиладиган товар нархининг ўзгаришига асосланган. Масалан, дилер ойнинг бошида шаклланган курс (нарх) бўйича 1 тонна пахтаининг 10 000 сўмдан 10 тоннага битим тузади ва уни бажариш ойнинг охирига белгиланади. Агар ой охирига келиб биржада 1 тонна пахтаининг нархи 9000 сумга тушса, дилер 90 000 сум сарфлаб пахта олиб фьючерс битими бўйича сотиб 100 000 сум олади, натижада 10 000 сўм фойда кўради.

Бирок ана шу муддат ичида ана шу товарнинг нархи ошиб кетиши ҳам мумкин, натижада битимни амалга оширувчи дилер зарар кўриб қолиши мумкин. Бунга йўл қўймаслик учун дилер хеджирлаш операцияси утказди.

Хеджирлаш - фойдани суғурталаш яъни, фьючерс битимига кўра нархни кўтарилиши натижасида келиши мумкин бўлган зарарни қоплаш учун дилер бошқа офсет деб аталадиган иккинчи тескари битим тузади. Масалан, дилер бирон товарни бир ойдан кейин сотиш муддати бўйича шартнома имзолаганда шу ернинг ўзидаёқ, ана шу товарнинг шунча миқдорини харид қилиш ҳақида шартнома тузади. Иккала шартнома ҳам фьючерс, ҳам офсет битимлари дилер томонидан ҳисоб- китоб кўмитасига топширилади, бу ерда улар рўйхатга олинади. Шундай қилиб хеджирлаш фьючерс битимини нарх кўтарилишидан суғурталовчи, лекин нархлар баркарорланишида фойда келтирмайдиган операциядир.

Фьючерс битимида сотувчи ва харидорларни контрагентлар деб аталиб, улардан бири нарх кўтарилишидан умидвор бўлса, иккинчиси

уни пасайишидан умидвор бўлади. Биржа жаргонидан нарх пасайишидан умидвор бўлган дилерларни “буқа”, кўтарилишидан умидвор бўлганларни “айиқ” деб аталади. Бундай ўйинда биржани қақшатқич жанглар саҳнасига айлантирувчи, ҳар бир ўйинчи ўз мулкини қалтис ханф остига кўювчи нарх ўзгаришларини олдиндан айтиб бўлмаслиги муҳим аҳамият касб этади.

Биржаларда фьючерс битими нақд товарни савдосидан ташқари аксари ҳолларда, битим имзоланган ва товарни етказиб бориш муддатлари орасидаги нархнинг ўзгаришидан чайқовчилик операцияси ўтказиб фойда олиш учун ҳам тузилади.

12.3. Фонд биржаси ва қимматбаҳо қоғозлар билан ўтказилалиган операциялар

Фонд биржаси- бу қимматбаҳо қоғозлар, яъни акция, облигация, вексел, сертификат, хазина мажбуриятлари (казначейских обязательств)-молиявий фьючерслар, опционлар, варрантлар, билан савдо қилиш учун ташкил этилган мунтазам фаолият юритувчи бозор.

Фонд биржасининг асосий вазифаси қимматбаҳо қоғозларни сотиш орқали вақтинча бўш турган маблағларни иқтисодиётга жалб этиш ва ушбу маблағларни тармоқлар, соҳалар, компаниялар ўртасида оқиб ўтишини таъминлашдан иборат.

Қимматбаҳо қоғоз- бу уни сотиб олган эгасига, чиқариб сотган корхонадан даромад олиш ҳуқуқини берувчи пул қийматга эга бўлган ҳужжат. Ҳамма қимматбаҳо қоғозлар икки турга бўлинади: ҳиссадорлик ва қарздорлик.

Ҳиссадорлик қимматбаҳо қоғознинг асосий шакли- акция бўлиб. уни сотиб олган одамга, сотган корхона мулкини ўшанча қисмига эга, шериклик ҳуқуқини беради.

Акцияни сотиб олган кишини, уни ҳисобидан оладиган даромадиде-видент дейилади.

Акциялар бир неча хилларга бўлинади. Масалан, муомала ҳаракатига кўра бир кишигагина тегишли бўлган ёки эркин муомалада бўлувчи (именнўе, предьявителя) акциялар. Эгасигагина тегишли акцияларни бир кишидан бошқаси сотиб олиши мумкин эмас. уни эгаси сотмоқчи бўлса ўша акционерлик жамиятининг қарорига кўра бошқа кишига расман номлаб бериб рўйхатдан ўтказилади.

Эркин муомалада бўлувчи акциялар, қимматбаҳо қоғозлар бозорида эркин сотиб қўлдан- қўлга ўтиб юриши мумкин.

Даромадлардан дивидент олиш шаклига кўра акциялар олдий имтиёзли бўлиши мумкин. Олдий акцияларга дивидент миқдори корхона даромад миқдорига кўра ўзгариб туради. Дивидент миқдорини ҳисоблаш қуйидагича амалга оширилади: корхона олган фойдасидан ластлаб давлатга солиқлар тўлайди, кредит фоизларини тўлайди, раҳбариятга мукофот пули ажратилади, хўжаликнинг ривожини учун

маблаг ажратилади, кейин қолган қиймат чиқарилган акция сонига тақсимланади.

Имтиёзли акцияларга эса дивидент миқдори корхона фаолияти натижасида қатъий назар ўзгармас қилиб қўйилади.

Шунингдек, акциялар уни чиқариб тарқатган корхонани бошқариш ишида бир ёки бир неча овозга эга бўлиб қатнашиш ва ҳеч қандай овозга эгалик ҳуқуқини бермайдиган бўлиши мумкин.

Акционерлик жамоаларининг очиқ турдаги ёки ёпиқ турдаги шакли бўлади. Очиқ турдаги жамоаларнинг акциялари корхонадан ташқарида ҳам сотилиши мумкин бўлса, ёпиқ турдаги акция фақат ушбу жамоа ишчи ва хизматчиларидагина сотилади ва ичидагина ўзаро муомалада бўлиб, сотилиши мумкин. Қимматбаҳо қоғозларнинг қарздорлик тури уни сотиб олган эгасига белгиланган маълум қиймат ёки фоиз миқдоридан даромадни ўзлаштириш ҳуқуқини беради. Лекин корхона мулкига шерикчилик ҳуқуқини бермайди. Булар вексел, сертификат, облигация ва ҳазина мажбуриятларидир.

Вексель — муайян миқдордаги қарзни белгиланган муддатда қатъий тўлаш мажбурияти юкланган, қонунга мувофиқ ҳолда расмийлаштирилган қарздорлик тилхати, сифатидаги қимматбаҳо қоғоз. Векселнинг оғир молиявий аҳволга тушиб қолган, ёки бирон молиявий ва иқтисодий битимдан катта фойда олишни ҳисоб қилган корхона ва компаниялар муомалага чиқарадилар. Вексель ҳисобига мол бериш, векселни сотиб олиш, хавф-хатар билан боғлиқ, чунки уни чиқарган корхона банкротга учраб ёпилишга туша векселга тўлов охириги навбатда бўлади. Векселнинг оддий ва ўтказма шакллари бўлади. Оддий вексель қарздор томонидан тўлдирилади. Ўтказма векселда қарз берувчининг қарзни қачон ва кимга қайтариш ҳақидаги ёзма буйруғи бўлади. Ўтказма вексель гратта деб аталиб халқаро ташқи савдо кенг тарқатган.

Облигация — бу ҳам қарздорлик мажбуриятини ифодаловчи қимматбаҳо қоғоз бўлиб, уни давлат (заёми) ва йирик компаниялар маълум муддатда (қисқа — 10 йилгача, узоқ — 10 йилдан ортиқ) қарзни яна устига ссуда фоиз билан қайтариш шarti билан чиқариб сотадилар.

Сертификат — бу гувоҳнома бўлиб фонд биржаларида асосан омонат жамғарма сертификати сотув объекти бўлади. Уни ҳам давлат, банк, компаниялар маълум муддатда пулни яна устига фоиз билан қайтариш шarti билан беради. Сертификатни эркин муомалада бўлувчи, яъни сотиб қўлдан-қўлга ўтувчи ва олган одам номига расмийлаштирилган (именнўе) шакллари бўлади.

Ҳазина мажбуриятлари бўлган — молиявий фьюгерс, акцион, вариантлар иккиламчи қимматбаҳо қоғозлар ҳисобланиб, қимматбаҳо қоғозларни сотувчи ва харидорлари ўртасида тўвилган шартномадир. Молиявий фьюгерс, масалан, эгасига акция ёки валютани келажакда дастлабки нарҳида, олиш ҳуқуқини берса, акция эгаси шартномага кўра қимматбаҳо қоғозларни сотиб олиш ҳуқуқига эга, лекин мажбурий эмас,

вариант эса эгасига қимматбаҳо қоғозни имтиёзлик равишда олиш ҳуқуқини беради.

Фонд биржаси савдо операциялари механизмини кўришдан олдин молия бозори ва уни таркиби ҳақида тушунчага эга бўлиш лозим. Чунки фонд биржаси молия бозорининг бир қисми бўлиб унга яна банклар, валюта биржаси, инвестиция, ссуда капитал бозорлари киради.

Молия бозори бирламчи ва иккиламчи кўринишларга бўлинади. Бирламчи савдода янги чиқарилган қимматбаҳо қоғозлар савдо қилинади. Иккиламчи бозор дастлаб чиқариб сотилган қимматбаҳо қоғозларнинг қайта савдосидан иборат бўлади. Иккиламчи бозор 2 қисмдан: биржа орқалик ва биржалдан ташқаридаги савдодан иборат бўлади.

Биржадаги қимматбаҳо қоғозларни сотиш баҳоси уни курси бўйича бўлади. Акция курсини куйидагича аниқланади:

$$\text{Акция курси} = \frac{\text{Дивидент қиймати}}{\text{банк ссудаси, \%}} \times 100 \%$$

Масалан: 100 сўмлик акцияга дивиденд 9 сўмни ташкил этди, бу вақтда банк ссуда 3 фоиз бўлди. Демак 100 сўмлик акцияни курси (баҳоси) 300 сўм ($9 \times 100 = 300$), яъни қанча пул банкка қўйилса, 9 сўм даромад келтириши мумкинлигига кўра акция баҳоси аниқланади. Шунингдек, ушбу акцияга бўлган талаб ва таклиф нисбати ҳам акция курсига таъсир этади. Облигацияларга фоиз тўловлари қатъий қилиб белгиланган бўлишига қарамай, уларнинг ўзгаришига қараб чайқалиб туради. Масалан, номинали 1000 сўм бўлган 6% лик облигацияни қайтариш (тўлаш) вақтига 1 йил бор, бу вақтда банк ссудаси 12%га кўтарилди. Облигацияни курси куйидагича бўлади:

$$\frac{1060 \times 100}{\text{-----}} = 946,4 \text{ сўм}$$

112

Агарда банк фоизи 3 % тушиб кетса, облигация курси $1060 \times 100 = 1029$ сўмни ташкил этади.

Курснинг ўзгариши ҳақидаги маълумот биржанинг электрон таблосида ёритиб борилади. Бунда ҳар қайси қимматбаҳо қоғоз тури бўйича бешта кўрсаткич берилади: биржанинг очилганидаги курс, кун давомидаги энг паст ва юқори курс, жорий курс ва ягона курс. Бундан ташқари курслар ҳақидаги маълумотлар биржа бюллетенида, мамлакат марказий рўзномаларида эълон қилинади.

Биржадаги иш секцияларда ташкил этилади. Ҳар қайси секцияда маълум тур қимматбаҳо қоғоз савдоси амалга оширилади. Бунда ўз мижозларидан қимматбаҳо қоғозни сотиш ёки сотиб олиш бўйича буюртма олган брокерлар бўладилар. Ҳар қайси мижоз келишган

брокерига сотишда ва сотиб олишда энг куйи ва юқори нархлари даражаси ҳақида кўрсатма берадилар.

Биржа кун и давомида қимматбаҳо қоғозлар курси уларга бўлган талаб ва таклиф таъсирида ўзгариб туради. Биржада амалга оширилган битимлар икки хил кўринишда 1) Оддий ва 2) Муддатлик бўлади. Оддий битимларда қимматбаҳо қоғозлар олди- сотди, яъни шуни тўлаш ва товарни бериш шу заҳоти ёки икки- уч кун ичида бажарилади.

Муддатли битимларда сотувчи қимматбаҳо қоғозни шу заҳоти беради, лекин олувчи пулини бир ва хатто бир неча ойдан кейин тўлашга келишади.

Ўз навбатида муддатли битимлар икки қисмга ўзгармас ва шартли (ёки мукофотли) кўринишларига бўлинади. Ўзгармас битимда томонлар шартни бажариш муддати келганда сўзсиз бажаришлари лозим, бўлса шартли (ёки мукофотли) битимда томонлардан бири маълум миқдорда белгиланган мукофот пулини тўлаб битимдан воз кечиши мумкин бўлади. Масалан, ҳар бири 2000 сўмлик 100 дона акцияни олди- сотдисига битим тузиб ҳар бир акция учун 100 сўмдан мукофот пули келишилган. Битим шартини бажариш муддати келганда харидор ёки 200 минг сўм тўлаб акцияларни олиши керак ёки 10 минг сўм мукофот пули тўлаб битимдан воз кечиши. Харидор мукофот пули тўлаб битимдан воз кечади, агарда ўша акцияларни курси тушиб кетиб, ундан зарар кўрадиган бўлиб қолса. Масалан, битимни тугаш муддати келганда ўша 2000 сўмдан сотиб олишга келишган акцияларини курси 1850 сўмга тушиб қолди. Демак уни олса 15 минг сўм зарар кўради, шунинг учун 10 минг сўм тўлаб битимдан воз кечади. Агарда, битимни бажариш муддати келганда акция курси 2100 сўмга кўтарилса, харидор уни 2000 сўмдан олиб, биржада жорий курс бўйича шу заҳоти сотиб 10 минг сўм даромал олиши мумкин.

Фонд биржаларида курснинг кўтарилиши ва пасайишидан манфаатдор ҳолдаги қимматбаҳо қоғозларни чайқовчиллик ўйини биржа операцияларини асосий қисмини ташкил этади. Шунга кўра биржа савдоси жараёни иштирокчиларининг бир қисми курснинг кўтарилишидан манфаатдор бўлса, иккинчи қисми пасайишидан манфаатдор бўлганлардир. Муддатли битим асосидаги савдонинг асосий қисмидаги мақсад реал товарни (қимматбаҳо қоғозни) сотиш ёки сотиб олиш эмас, балки уни асосидаги мукофот пулини олишдир. Ундан ташқари, муддатли битим-асосидаги олди-сотдида, қурилиши мумкин бўлган зарар мукофот ҳисобига камаяди.

Мукофотлик битимнинг яна бошқа бир кўриниши опционлик, яъни танлаш ҳуқуқига эга бўлган битимдир. Бунда харидор битимида келишилган муддатгача бўлган даврнинг хоҳлаган кун и мукофот пулини тўлаб аввалдан келишилган баҳода маълум миқдордаги акцияни олиши мумкин бўлади. Масалан, 6 ой муддатга 100 дона акцияни ҳар бирини 2000 сўмдан опцион битим тузилиб, ҳар бир акция учун мукофот пули 200 сўмдан белгиланди. Бу давр ичида биржа кунидан бирида

акциянинг жорий курси 2350 сўмга кўтарилди. Шунда харидор ўзининг опцион ҳуқуқидан фойдаланиб 100 та акцияни 200 минг сўмга сотади ва 15 минг сўм даромад олади. Агарда опция курси битимни амал қилиши даврида кўтарилмаса, харидор белгиланган мукофот пулини тўлаб битимни бекор қилиши мумкин ва бунда у тўлаган мукофот пулига зарар кўрган бўлади.

Шунингдек опционлик битимни акция курсини ҳисоб қилган ҳолда ҳам тузиши мумкин. Масалан, акция битимини мукофот пули тўлаган ҳолда имзоланаётганда харидор эмас сотувчи битим амалда бўлган даврдан қоқлаган кунга харидордан акцияни сотиб олиш шартлиги мажбуриятини қўйиш ҳуқуқига эга бўлишига келишади. Ҳар донаси 2000 сўмдан қилиб 100 та акция савдосига битим тузилган, биржада уни курси 1700 сўмга пасайиб кетди, бундай вазиятдан фойдаланиб сотувчи биржадан олади ва харидорга 200 минг сўмга сотади, яна 20 минг сўм мукофот пули тўлайди, натижада 10 минг сўм даромад қилади. Булардан шу нарса кўринадики, биржа савдосида ҳар доим ҳам сотувчининг қўлида акция харидорнинг қўлида эса пул нақд бўлавермайди, битим имзолашдан мақсад акцияни сотиш ёки сотиб олини эмас. Баяки мукофот пулини олиш бўлади.

Фонд биржаларида, шунингдек қимматбаҳо қоғозларнинг курсини кўтарилишидан ёки пасайишидан даромад олишни ҳисоб қилиб тузилган операцияларни репорт ва депорт операцияларига бўлинади. Репорт операциясини харидор амалга ошириб, у курсни кўтарилишидан фойда олишни ҳисоб қилган бўлади.

Депорт операциясини эса сотувчи амалга ошириб, у курсни пасайишидан фойда олишни ҳисоб қилган бўлади.

Оддий (кассали) битимлар механизмида битимларни қўндайтириб акцияларни банкка тўплаш тажрибаси ҳам кенг қўлланиб, уни пирамида усули дейилади. Мисол учун бирон компания 10 млн. сўмлик акция сотиб оладида, уни банкка қўйиб, 80% ҳисобидан банкдан 8 млн сўм муддатсиз ссуда олади, бу 8 млн. сўмга яна акция сотиб олиб, банкка қўяди ва ҳоказо шу тариха пирамида ҳосил бўлади. Бунда бутун жалб қилинган маблағ миқдорини қўйидагича аниқлаш мумкин:

бошлангич ажратилган маблар	10 млн. сум	
-----	-----	= 50 млн. сум
1- 0,8 (муддатсиз ссуда миқдори)	0,2	

Сотиб олинган акциялардан қайси бирини курси кўтарилиб қолса, ўшани компания банкдан ссудани тўлаб қайтариб олади ва биржадан сотиб даромадга эга бўлади.

Фонд биржаларида қимматбаҳо қоғозларни (одатда акцияларни) олиш ёки олмай туришининг асосий кўрсаткичи бўлиб биржа индекслари хизмат қилади. Жаҳондаги йирик биржаларнинг барчасида, етакчи компаниялар акцияларининг курси динамикасини ифодаловчи

индекслар чиқариб эълон қилиб борилади. Булардан энг машхурлари Нью-Йорк фонд биржасидаги Доу-Жонс индекси, бўлиб АҚШдаги 30 та энг йирик саноат корпорацияларини акциясининг биржадаги курси билан белгиланади.

12.4. Валюта биржаси

Валюта биржасида чет мамлакатларнинг пул банкнотлари, яъни валюталарининг катта миқдордаги савдоси амалга оширилади. Валюта биржалари жаҳоннинг кўпчилик давлатларида мавжуд, айрим давлатларда, масалан, Италия Германияда бир нечта валюта биржалари фаолият кўритади. Жаҳондаги энг йирик банклар жойлашган АҚШ, Буюк Британия, Швейцария давлатларида эса алоҳида валюта биржалари йўқ бўлиб, валюта савдоси банклар ўртасида ўзаро муносабатлар асосида амалга оширилади.

Одатда, ривожланган мамлакатлардаги валюта биржаларидаги савдода биржада иштирок этиш ҳуқуқини қўлга киритган, банклар, корхона, компания, ташкилотлар иштирок этадилар. Валюта курси унга бўлган талаб ва таклифга кўра чайқалиб туради.

Бозор иқтисодиётига ўтиш ва бозор механизмларини шакллантириш жараёни кечяётган ҳозирги даврда бизнинг мамлакатимизда валюта савдоси, Ўзбекистон Давлат Марказий банки томонидан ташкил этилган банклараро валюта операцияларини амалга ошириш марказида ўтказилмоқда. Марказга валютада молиявий операцияларни ўтказиш ҳуқуқига эга эканлигини тасдиқловчи лицензияси бўлган банкларгина аъзо бўлиб, ўзаро валюта савдосини амалга оширадилар. Корхона ва ташкилотлар марказдаги валюта савдосида қатнашмайдилар, агарда ушбу банклардан бирида алоҳида валюта ҳисоблари бўлса шу банк орқали ҳаракат қилишлари мумкин. Савдода валюталарнинг расмий курсини Давлат Марказий Банки белгилайди.

ХШ БОБ. ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИ ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ТАРТИБГА СОЛИШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

13.1. Давлат томонидан тадбиркорлик фаолиятини тартиблашнинг зарурияти

Бозор иқтисодиётининг кўпгина ижобий томонлари мавжуд бўлишлигига қарамасдан, давлат ҳамма ижтимоий ва иқтисодий жараёнларни жамиятнинг ва унинг ҳар бир аъзосининг манфаатлари нуқтаи назаридан ҳал этиш имкониятига эга эмас. Жумладан, у даромадни, ижтимоий адолатни тақсимлашни таъминлай олмайди, ҳаммага ижтимоий меҳнат қилиш ҳуқуқини кафолатламайди, агроф-муҳитни муҳофаза қилишни кўзламайди, ҳимояланмаган, кам таъминланган аҳоли қатламини қўллаб-қувватламайди. Хусусий тадбиркор ўз сармоясини жамият ва давлат манфаати учун зарур бўлган, лекин кам даромад келтирувчи соҳа ва тармоқларга сарфламайди. Шунга ўхшаш кўпгина долзарб муаммоларни бозор иқтисодиёти ҳал этмайди. Улар устида давлат ғамхўрлик қилади. Давлат-мамлакатда ҳуқуқий тартибни ва миллий хавфсизликни таъминлайди, бу ўз навбатида тадбиркорлик ва иқтисодий ривожланишга шароит яратади. Ҳозирги даврда ҳар қандай мамлакат зарур шарт-шароитни таъминлай олмаса, иқтисоди етарли ривожлана олмайди.

Шу сабабдан бозор иқтисодиёти шароитида мамлакатда тадбиркорликнинг, иқтисодиётнинг ривожланиши учун давлат қуйидаги асосий вазифаларни бажариши зарур:

1. Ҳуқуқий асосни яратиш. Маълумки, иқтисодиёт ва умуман жамият керакли ҳуқуқий асосларсиз ривожланишга эриша олмайди. Шунинг учун давлат мулк ҳуқуқини белгиловчи, тадбиркорлик фаолиятини тартибловчи, маҳсулотларнинг сифатлигини таъминловчи ва шунга ўхшашларга оид қонунлар ишлаб чиқиб жорий этади. Ҳуқуқий қонун ва меъёрий ҳужжатлар асосида давлат тадбиркорлик фаолияти субъектларининг ўзаро муносабатларини тартибга солади.

2. Мамлакатда ишончли, ҳуқуқий тартиб ва миллий хавфсизликни таъминлаш. Давлат жамиятни, унинг ҳар қайси аъзосини ва барча бозор субъектларининг ҳуқуқ ва хавфсизликларини таъминлаши зарур. Агарда, давлат ушбу вазифасини етарли даражада бажармаса, мамлакатда жиноятчилик, порахўрлик, мафия, коррупциянинг авж олишига шарт-шароит юзага келади ва оқибатда эркин тадбиркорликни бўғайди, умуман иқтисодиётни издан чиқаради.

3. Иқтисодиётни барқарорлаштириш, яъни ялпи миллий маҳсулот, миллий даромад миқдорининг ўсишига доир инфляцияни, ишсизликни камайтириш, давлат бюджети камомadini пасайишига эришиш учун чора тадбирлар ишлаб чиқади.

Иқтисодиётнинг барқарорлигини таъминлаш учун давлат молия-кредит, солиқ-ҳазинабонлик, илмий-техника, инвестиция сиёсати ва шунга ўхшаш усулларни қўллайди. Агарда давлат иқтисодиётни барқарорлаштиришга эриша олмаса, мамлакатда ижтимоий тушкунлик, норозилик, тадбиркорликнинг сусайиши, иқтисодиётнинг пасайиши каби салбий ҳолатлар юзага келади. Масалан, давлат инфляцияга қарши чора тадбирлар қўллаб уни баргараф эта олмаса, қуйидаги оқибатларни келтириб чиқариши мумкин:

- мамлакат тўлов қобилиятининг пасайиши;
- ишлаб чиқаришнинг пасайиши;
- ишсизликнинг ортиши;
- валюта чайқовчилиги;
- чет эл валюталарининг мамлакатдан оқиб чиқиб кетиши;
- миллий пул бирлиги қийматининг пасайиши ва оқибатда нарх-навоининг кўтарилиши;
- фуқаролар жамғарма пулларининг қадрсизланиши;
- инвестиция фаоллигининг пасайиши ва х.э.

4. Ижтимоий ҳимоя ва ижтимоий кафолатнинг таъминланиши.

Давлат мунтазам равишда ишчиларнинг иш ҳақи, қарияларни, ногиронларни ва ишсизларни пенсия ва нафақа билан таъминланиш, кам таъминланган оилаларга турли ёрдамлар кўрсатиш, даромадларни инфляцияга боғлиқ равишда индексациялаш ва шу каби соҳаларда фаол ижтимоий сиёсат юритади.

5. Рақобатни ҳимоя қилиш.

Бозор иқтисодиёти шароитида рақобат асосий ҳўжалик юритиш воситаси бўлиб, у ишлаб чиқарувчи ва хизмат кўрсатувчиларни янги техника, технологияни жорий этишга, маҳсулот ва хизматлар сифатини яхшилашга, ҳаражатларни камайтиришга ундаб туради ва натижада бутун иқтисодиётнинг ривожланишига туртки беради. Шунинг учун давлат рақобатнинг мавжуд бўлишига зарур шарт-шароитни яратиб, уни ҳимоя қилади.

13.2. Давлат аралашувининг шарт-шароитлари ва меъёри

Маълум шарт-шароит мавжуд бўлгандагина, унинг асосида давлат иқтисодиётга аралашуви лозим бўлади; акс ҳолда у кутгандан тескари салбий ҳолатларни юзага келтириши мумкин. Шарт-шароитлар ижобий ёки салбий кўринишда бўлиши мумкин. Кишилар фаолиятининг турли соҳалардаги жараёнларда тадбиркорликнинг ва бутун мамлакатнинг ривожланишига ижобий таъсир кўрсатувчи кўринишлари ва шарт-шароитлари ижобий ҳисобланади. Бундай шароитда давлатнинг вазифаси уларни аниқлаб, қўллаб-қувватлаш учун чора-тадбирлар ишлаб чиқишдан иборат.

Кишиларнинг турли соҳалардаги фаолиятлари давомида юзага келиб тадбиркорликнинг ва мамлакат иқтисодиётининг ривожланишига

тескари таъсир этувчи кўринишдаги шарт-шароитлар салбий ҳисобланади. Масалан, миллий хавфсизликка хавф мамлакатда ижтимоий танглик, ишлаб чиқаришнинг пасайиши, инфляция, ишсизлик даражасининг ортиши, бюджет камомади, маҳаллий маҳсулотнинг жаҳон бозорида рақобатбардош эмаслиги, инвестициянинг пасайиши, атроф-муҳитнинг ифлосланиши ва шунга ўхшаш салбий ҳолатлар юзага келганда давлат унинг юзага келиш сабабларини аниқлаши ва салбий кўринишларни бартараф этиш чора-тадбирларини белгилайди.

Лекин тадбиркорлик фаолиятини тартибга солишда, иқтисодиётни бошқаришдаги аралашувида давлат жуда эҳтиёткор бўлиб ёндашади. Чунки кўр-кўрона аралашув кутилмаган бошқа салбий кўринишларни юзага келтириши мумкин. Бунинг учун салбий кўринишларнинг даражаси, уларнинг мақбул, мумкин бўлган миқдорларини белгиловчи ўлчов, омиллар асосида миқдорларнинг нисбатини таҳлил этиш лозим бўлади. Масалан, салбий кўринишлардан бири бўлган ишсизлик бозор иқтисодиёти шароитидаги хўжаликнинг ажралмас белгисидир. Лекин унинг ишчи кучи сонига нисбатан 4-6 % ни ташкил этиши мамлакат учун табиий нормал ҳолат ҳисобланади. Чунки, 4-6 % ишсизлик даражаси ишсизликнинг ихтиёрий ва даврий кўринишлари мавжудлиги сабабли юзага келиб мамлакат иқтисодиётининг пасайишига жуда катта хавф туғдирмайди. Шунинг учун давлат ишлаб чиқаришнинг пасайиши натижасида ишсизликнинг ортиши ҳолати юзага келсагина керакли чора-тадбирларни қўллаши лозим.

Шунга ўхшаш, инфляция ҳам барча мамлакатлар иқтисодиётига хос бўлган салбий кўриниш бўлиб, унинг маълум даражаси иқтисодиётга жиддий хавф туғдирмайди. Лекин унинг юқори даражаси нафақат иқтисодиётнинг, балки бутун жамиятнинг ҳаётини издан чиқариб юборади. Шунинг учун давлат инфляцияни даражасини мунтазам назорат қилиб, унинг ўсиб кетмаслик чораларини кўради.

Давлат томонидан инфляцияга қарши кўриладиган чора-тадбирлар унинг ўсиш суръатига кўра белгиланади. Ўсиш суръатига кўра инфляциянинг муътадил, тезкор ва жадал (гиперинфляция) кўринишлари мавжуд. Агарда нарх-наво йилига 10% дан ўсса, муътадил, 200% гача ўсса тезкор, бир неча марта ўсиб кетса, жадал - гиперинфляция ҳисобланади.

Инфляцияга қарши чоралар қўллашда давлат унинг ўсиш суръатинигина эмас, юзага келтирган сабабларини ҳам ўрганиб ҳисобга олиши лозим. Юзага келиш сабабига кўра инфляция бир неча турларга бўлинади:

ПУЛ МАССАСИ ИНФЛЯЦИЯСИ. У пулнинг товар муомаласида ҳаддан ташқари кўпайиб кетиши сабабли юзага келади. Бундай инфляциянинг механизмини тушунишда инглиз иқтисодчиси Фишернинг модели қўл келади:

$$M = \frac{P \cdot Q}{V} \quad \text{ёки} \quad P = \frac{M \cdot V}{Q}$$

бунда: М-муомаладаги пул миқдори;
 V-пул муомаласининг тезлиги;
 Q-товарлар миқдори;
 P-товарлар нархи.

Келтирилган тенгламалардан кўриниб гурибдики, пул массасининг (М) кўпайиши билан товар ва хизматларнинг нархи ошади. Айланмада пул қанча кўп бўлса ва таклиф қилинган товарлар қанча кам бўлса, нархлар шунча юқори бўлади. Айланмадаги ортиқча пул эса аввало уни кўплаб босиб чиқарган давлатнинг нотўғри сиёсати туфайли пайдо бўлади.

Талаб инфляцияси. Пул массаси ўсишининг бошқа сабаби пул муомаласи тезлигининг ортиши билан боғлиқ; яъни, бир хил миқдордаги пул мавжуд товарларнинг доимий ҳажмида кўп миқдордаги битишувларда иштирок этади. Бу-талаб инфляциясидир, у пулда ифодаланган ҳолда кенгаймасдан туриб, товар миқдорига тазйиқни кучайтиради. Бу билан нархларни нарх, пул, товарлар ва муомала тезлигининг балансланганлиги даражасига кўтаради (Фишер тенгламаси бўйича).

Иш ҳақи ўсишининг инфляцияси, ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ҳажми тўланадиган иш ҳақи ва олинадиган даромадларга мутаносиб бўлса, ижтимоий ишлаб чиқариш самарали ҳисобланади. Бошқача айтганда, иш ҳақи меҳнат унумдорлиги оширилгандагина кўтарилиши мумкин. Агар, товар ишлаб чиқаришнинг ушбу қондаси бузилса ва корхоналарда тўланган иш ҳақи ҳажми ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдоридан ошиб кетса, бу ҳол инфляция жараёнининг ривожланишига туртки беради, бозордаги нарх-наво кўтарила бошлайди. Бунда иккита сабаб бор: биринчидан, муомаладаги пул миқдори кўпаяди, товар ва хизматларнинг таъминланмаган талаби ўсади; бу эса талаб инфляциясини юзага келтиради. (Фишер, тенгламаси бўйича); иккинчидан, ишлаб чиқаришнинг сарф-ҳаражати кўринишида товарларнинг доимий миқдори қийматига кўшилади; бу билан тайёр маҳсулот нархларининг сақланиши рағбатлантирилади. Бозорда “иш ҳақи-нархлар” инфляция чулғами авж олиб кетади: нархларнинг ошиши корхоналарни ва давлатни тўлов пуллар ҳамда иш ҳақини кўпайтирган ҳолда даромадларни индексациялашга мажбур этади. Бундай иш ҳақи эса, ўз навбатида товарларнинг инфляция талабини ва сарф-ҳаражатларни кенгайтиради. Сарф-ҳаражатлар ўсганидан сўнг ҳосил бўлган янги юқори нархлар иккинчи маротаба даромадларни индексациялаш заруратини юзага келтиради; буёғи “Даромад-нархлар” чулғами бўйлаб давом этади. Одатда, ана шу чулғам бўйлаб ҳаракат охир-оқибатда иқтисодиётнинг барқарорлигини кўпоради, бозор

механизмларининг ишини бузади ва оғир иқтисодий тушкунликка ва оммавий ишсизликка олиб келади.

Моддий ҳаражатларнинг ўсиши инфляцияси. У хом ашё, оралиқ товарлар ва хизматлар нархининг ошиши асосида пайдо бўлади. Бу ошиш ҳаражатлар кўринишида пировард маҳсулот қийматига киритилади. Бу эса бозорда нархларнинг умуман кўтарилишига таъсир кўрсатмай қолмайди. Индустрия ривожланган мамлакатларда 70-йиллар ўртасида юз берган энергетика танглиги моддий ҳаражатлар ўсиши инфляциясига мисол бўла олади: ўшанда энергоресурслар, ёқилғи, бензин нархининг оширилиши маҳсулот барча турлари нархининг кескин ошишига олиб келиб, узоқ муддатли иқтисодий тушкунликни юзага келтирди. Бундай вазият ҳозир собиқ СССР республикаларида нархларни эркинлаштириш муносабати билан ёқилғи-энергетика ресурсларининг қимматлашуви товарлар, коммунал ва транспорт хизматларининг кўп маротаба ошишига олиб келди.

Фойдалар инфляцияси. У муайян турдаги маҳсулотни сотиш бозорини монополаштириш ҳисобига ҳалдан ташқари кўп фойда олишда намоён бўлади. Рақобатлар йўқлиги вазиятида ишлаб чиқарувчилар ишлаб чиқариладиган товарлар ҳажми ва ассортиментини кўпайтирмасдан туриб, нархларни мустақил равишда оширадилар. Бозор иқтисодиётида монополизмга қарши яхши созланган тизим ва монополизациялаш жараёнларига давлатнинг аралашуви барпо этилган. Шунинг учун инфляциянинг ушбу тури тармоқ супермонополиялари нарх белгилашда ўз шартларини тикиштириш учун чексиз имкониятга эга бўлган буйруқбозлик, марказлаштирилган иқтисодиёт учун гоят хосдир.

Солиқлар инфляцияси. Давлат бошқарув, ижтимоий режалар, мудофаа борасидаги ўсиб бораётган чиқимларни қоплаш мақсадида солиқларни ошириб, ана шундай инфляцияга сабаб бўлади. Юқори солиқ ставкалари ишлаб чиқариш чиқимларини ҳам бевосита, ҳам билвосита-иш ҳақининг ўсиши орқали кўпайтиради. Юқори ставкадаги солиқлар ишлаб чиқаришни бўғади, унинг унумдорлигини, фойда олишни камайтиради ва талаб ҳамда таклифнинг инфляциясига олиб келади.

Инфляциянинг салбий таъсири бозор организми иш ҳаракатининг бузилишида, нархлар, инвестиция, фоиз ставкалари механизмлари, тақсимот ва ишалб чиқариш тизимининг мутаносибсизликлари ҳамда деформацияларида ўз ифодасини топган. Айниқса, гиперинфляция оғир оқибатларга сабаб бўлади. Унда, биринчидан, пул бирлиги қадрсизланади, шахсий жамғармалар ва кундалик истеъмол камаяди; иккинчидан, ижтимоий табақаланиш ҳамда бойликларнинг кам ва ўртача таъминланган аҳолидан ўзига тўқ табақаларига қайта тақсимланиш жараёни пайдо бўлади, учинчидан, банкларда ссуда капитали учун фоизли ставкалар оширилади. Бу эса талбиркорларнинг ва аҳолининг кредитларга бўлган талабини кескин пасайтиради.

Иқтисодиётда, ишлаб чиқаришни кенгайтиришга бериладиган инвестицияларнинг умумий ҳажми қисқаради. Савдода асосан қисқа муддатли инвестициялар, даллоллик, ишлаб чиқаришдаги инвестицияларга зарар келтирган ҳолда биржа фаолияти устунликка эга бўла бошлайди; тўртинчидан, капиталнинг оқиб келиши, нарх мутаносиблиги ва балансланганлик бузилади. Чунки гиперинфляция чоғида нархлар ахбороти у ёки бу тармоқнинг ҳақиқий истикболлилигини, фойдалилигини акс эттирмайди, капитал маблағлар сарфлашда йўналишни белгиламаслик юз беради; бешинчидан, янги ускунани харид қилиш чиқимлари эски ускунани таъмирлаш ҳаражатларидан анча юқори бўлади. Бу эса ишлаб чиқаришни модернизациялашга салбий таъсир кўрсатади, фан-техника тараққиётида ғов бўлади; олтинчидан, меҳнат қилиш ва тадбиркорлик фаолияти омиллари барбод бўлади, олинадиган даромадлар ва иш ҳақиға нисбатан тезроқ қадрсизланади. Шундай қилиб, гиперинфляция ўзини-ўзи тартибга солувчи иқтисодиёт бутун тизимини, миллий хўжалиқни бошқарувни издан чиқаради, офир иқтисодий тангликка олиб келади.

Инфляцияни бошқариш анча эҳтиёткорлик билан, унинг тури ва хусусиятига боғлиқ ҳолда амалга оширилиши керак. Масалан, моддий чиқимлар ўсиши шароитида хом ашё, сарф-ҳаражатлар, оралиқ товарлар нархини белгилашга маъмурий аралашини чоралари қўлланади. Агар жараён “иш ҳақи-нархлар” чулғами бўйича ривожланадиган бўлса, корхона меҳнатининг унумдорлиги ва самарадорлигига боғлиқ ҳолда иш ҳақи ўсишининг чегарасини белгилашга, қисман тўлов тўлаш сиёсатиға муурожаат қилинади. Бозорда талаб инфляцияси ва пул масаласи ортиқча бўлган шароитда давлат пул масаласини айланмада камайитириш воситасидан фойдаланади: давлат ўз ҳаражатларини камайитиради, марказий банкда ҳисоб ставкасини кўтаради ва фуқароларнинг даромадларини, бинобарин уларнинг харид қилиш қобилиятини камайитириш ҳамда бозорға таъсир кўрсатиш учун аҳолиға солинадиган солиқларни оширади.

Бироқ, инфляцияни давлат йўли билан бошқариш иқтисодий ривожланиш учун нохуш оқибатларни юзаға келтирадиган бир қатор муаммоларни яратади. Хусусан, америкалик иқтисодчи Филиппс кўрсатганидек, инфляцияни қисқартиришдек, қисқа муддатли давр фақат ишсизликни кўпайтириш ҳисобига рўёбға чиқарилади, иш билан бандликни ошириш эса иқтисодиётда инфляция жараёнларини авжға чиқаради.

Чиндан ҳам ишсизликнинг ўсиши бозорда талабнинг қисқаришиға ва пул массасининг камайишиға олиб келади. Чунки ишдан бўшатилган ходимлар иш ҳақи олмайдилар. Нафақалар эса уларнинг аввалги иш ҳақларидан анча оз ва аксинча, иш билан бандликни оширишға доир давлат чоралари талаб ва нархнинг инфляцияли сакрашиға олиб келади. Шунинг учун давлат идоралари доимо мушғулотда бўладилар: ё ишсизликни кўпайтириш йўли билан

инфля-цияга қарши курашиш ёки нархнинг ўсишига имкон яратган ҳолда иш билан бандлик даражасини ошириш керак бўлади. Филиппс модели нархлар талаб инфляцияси ва пул массасининг ортиқчаллиги туфайли эмас, балки базавий тармоқлар (энергетика, ёқилғи, ундирувчи тармоқлар) маҳсулоти қимматлашуви сабабли чиқимларнинг ўсиши оқибатида кўтариладиган таклиф инфляциясига қараганда кўпроқ даражада талаб инфляциясига тааллуқлидир. МДХ мамлакатларида саноат ва истеъмол молларининг ҳамма турлари нархини кескин равишда оширадиган айни таклиф ва чиқимлар инфляцияси кенг тарқалди. Бунда Филиппснинг эгри чизигини қўллаб бўлмайди. Чунки бюджет чиқимларини ва аҳолига тўланадиган пул массасини шунчаки камайтириш нарх ва инфляцияни пасайтирмайди, балки умумий иқтисодий ва ижтимоий аҳолини ёмонлаштиради, холос.

Яна бир салбий кўринишлардан бири- бюджетдаги тақчиллик, яъни давлат амалга ошираётган ҳаражатларнинг унинг даромадидан ортиб кетишидир. Бунда давлат бюджетнинг даромадлар ва ҳаражатлар қисмини мувофиқлаштиришга эмас, балки тақчиллик миқдорини маълум миқдордан ортиб кетмаслигига ҳаракат қилиш лозим. Бунинг учун ялпи миллий маҳсулот, миллий даромад миқдорларига нисбатан тақчиллик миқдорининг фоиз ҳисоби асосий ўлчов кўрсаткичи бўлади. Кўпчилик ривожланган мамлакатларда у 8-10 %ни ташкил этиши нормал ҳолат ҳисобланади.

13.3. Давлатнинг тадбиркорлик фаолиятига таъсир ўтказиш механизми

Давлат тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш, иқтисодиётни ривожлантириш учун бажарадиган ўз вазифаларини бевосита, яъни маъмурий ва билвосита, яъни иқтисодий усуллар асосида амалга оширади.

Жаҳондаги бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатлар тажрибаси кўрсатадики, иқтисодиётнинг таназуул даврида уни ислоҳ этишда давлатнинг роли кучаяди, барқарорлашган, жонланган даврда эса пасаяди. Аммо ҳар қандай вазиятда ҳам давлат тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш, иқтисодиётни ривожлантириш, таназуулга йўл қўймаслик чораларини қўллаганда бозор механизми асосларининг бузилишига таъсир этмаслиги лозим.

Тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш, иқтисодиётни ривожлантиришда билвосита усул сифатида давлат қўйидаги иқтисодий дастаклардан фойдаланади:

- солиқ сиёсати;
- даромад ва ресурсларни қайта тақсимлаш;
- нарх сиёсати;
- давлатнинг тадбиркорлик фаолияти;
- кредит-молия механизми;

-божхона сиёсати; ва шунга ўхшашлар.

Бевосита, маъмурий усуллардан давлат иқтисодий усуллар кам самара берадиган ёки қўллаб бўлмайдиган вазиятларда фойдаланади,

Жаҳон тажрибасидан кўринадики, маъмурий усул қуйидаги соҳа ва шароитларда нисбатан самарали қўлланилади:

-айрим соҳалар устидан давлат монополияси ўрнатиш (мас.темир йўл, алоқа, фундаментал фанлар тадқиқоти ва шунга ўхшаш);

-сертификатлаш, стандартлаш, метрология;

-ижтимоий сиёсат, бунда энг аввало аҳоли турмуш даражасининг минимумини аниқлаш ва шунга кўра кафолатланган иш хақи, нафақа, пенсиялар жорий этиш.

Шунингдек тадбиркорликни ривожлантириш, иқтисодиётни кўтариш учун давлат

-фискаль (бюджет, ҳазинабонлик)

-илмий-техника;

-инвестиция;

-нариқ;

-амортизация;

-пул-кредит ва бошқалардан иборат иқтисодий сиёсат юритадики, буларни амалга оширишда ҳам иқтисодий, ҳам маъмурий усуллар комплекс равишда қўлланилади.

ДАВЛАТНИНГ ФИСКАЛЬ (ҲАЗИНАБОНЛИК) БЮДЖЕТ СИЁСАТИ. Иқтисодиётни барқарорлаштириш ва жонлантириш бюджет камомadini пасайтириш, мамлакат иқтисодиётига давлат томонидан таъсир ўтказиш механизми қуйидагича: Ишлаб чиқаришнинг пасайиши даврида жами талабни ошириш учун давлат ижтимоий ишларни, яъни йўл, кўприк ва шунга ўхшаш қурилишлар, давлат дастурларини амалга ошириб, кўпчилик тармоқ ва фирмаларнинг жонланишига ёрдам бериши учун ҳаражатларини кўпайтиради. Шунингдек, иқтисодиётни кўтариш учун давлат ўз даромadini қисқартиради, яъни аҳоли ва корхоналардан олинadиган солиқни камайтиради. Чунки, бунда аҳолининг истеъмол товарларга бўлган талаби, корхоналарнинг эса ишлаб чиқаришни ривожлантиришга имконияти ортади ва натижада иқтисодиётнинг жонланишига олиб келади. Давлат солиқ тизими тадбиркорлик фаолиятига тўғридан-тўғри таъсир кўрсатади. Солиқ даражалари шундай бўлиб қолиши мумкинки, хатто яхши фаолият юритаётган фирма ҳам нафақат ишлаб чиқаришни кенгайтириш, балки оддий ишлаб чиқаришни амалга оширолмай қолиши мумкин. Шунинг учун солиқ сиёсатида давлат айрим соҳа тармоқларидаги тадбиркорликка имтиёзлар бериш, кичик корхоналар ривожланишини рағбатлантириш, корхоналарга даромадларидан бир қисмини ишлаб чиқаришни реконструкциялаш, яъни техника, технологияларни жорий этиш ва кенгайтириш учун имкониятлар беришни кўзда тутиши лозим.

Давлат ҳаражатларининг пасайиши маълум вазиятларда бюджет тақчиллигининг камайишига ва инфляция жараёнининг секинлашувига олиб келади. Лекин иқтисодиётни барқарорлашти-риш ва бошқариш фақат давлат ташкилотларининг фаолияти билангина чегараланмайди. Чунки давлат улгурмаслиги ёки имконияти бўлмаслиги мумкин. Шунингдек бозор иқтисодиёти шароитида иқтисодиётда салбий жараёнлар юзага келган заҳоти ўз-ўзини ташкил этадиган ва ўз-ўзини бошқарадиган механизм ишга тушади. У автоматик равишда солиқ тушумларини, ижтимоий нафақа тўловларини ўзгартиришга имкон беради. Бундай мувофиқлаштирувчи восита бўлиб даромадлар ошган сари ўсиб боровчи прогрессив солиқ тизими хизмат қилади. Аввалдан давлат томонидан белгилаб қўйилганига кўра даромадлар ошган сари солиқ ставкаси ҳам ортиб боради.

Давлатнинг Фискаль сиёсати биринчи навбатда иқтисодий беқарорликни яхшилашга қаратилган бўлади. Лекин бунда албатта давлат, айниқса, чуқур инқироз даврида, пул-кредит сиёсатини қўллаб амалга оширади.

Пул-кредит сиёсати-давлатнинг банк фоиз ставкалари орқали пул миқдори ва кредитларни мақсадга мувофиқ ҳолда бошқаришга йўналтирилган сиёсатидир. Фискаль сиёсатидан фарқли ўлароқ пул-кредит сиёсати ишлаб чиқаришнинг пасайишига ва инфляцияни маълум кўринишда жиловлашга имкон беради.

Бу сиёсатнинг моҳияти шундан иборатки, давлат муомаладаги пул миқдорига ва банк фоиз ставкасига таъсир кўрсатади. Улар эса ўз навбатида истеъмол ва инвестиция талабига таъсир этади.

Давлат томонидан пул-кредит сиёсати юритишда Давлат Марказий банки асосий роль ўйнайди. Иқтисодий вазиятдан келиб чиққан ҳолда Марказий банк тижорат банкларига кредит ставкаларини бошқариш орқали иқтисодиётга таъсир кўрсатади. Шунингдек, Марказий банк тижорат банкларига берадиган кредит нормаларининг миқдорини ошириш ёки камайтириш орқали ҳам иқтисодиётга таъсир кўрсатишда катта имкониятга эга.

Яна давлат, иқтисодий ўсишга ва инфляцияга ўзининг қимматбаҳо қозғоғларини чиқариб сотиш ёки сотиб олиш орқали ҳам таъсир ўтказиши мумкин.

Жаҳон тажрибаси кўрсатадики, давлат томонидан бюджет ва пул-кредит сиёсати ўзаро боғлиқ ва мувофиқлаштирган ҳолда ёритилгандагина тадбиркорлик фаолиятининг ривожланишига ва иқтисодиётни ўсишига самарали таъсир этади.

ИЛМИЙ-ТЕХНИКА СИЁСАТИ. Илмий техника тараққиётини жадаллаштириш мамлакатни бақувват индустриал давлатга айланишлиги ва иқтисодиётнинг ўсишида асосий омил бўлиб хизмат қилади. Масалан, Япониянини урушдан кейинги қисқа давр ичида дунёдаги етакчи

давлатлар қаторига киришида муваффақиятли юритган илмий -техника сиёсати асос бўлди.

“Давлатнинг ягона илмий-техника сиёсати” деганда фан ва техникани ривожлантириш, унинг натижаларини халқ хўжалигига тадбиқ этилишини таъминлашга йўналтирилган давлатнинг комплекс тадбирлари тушунилади. Давлат мамлакат иқтисодиётининг ривожланишида муҳим аҳамиятга эга бўлган устувор соҳаларни, хусусан, ишлаб чиқаришни комплекс автоматлаштириш, электроника, янги технология ва материаллар яратиш, биотехнология ва шунга ўхшашларни ривожлантириш учун тадбирларни амалга оширади. Шунингдек, айрим соҳаларни эмас, бошқа тармоқлар учун базавий асос бўлиб хизмат қилувчи, машинасозлик, кимё, энергетика, кончилик ва бошқа тармоқларни ривожлантириш ҳам доимо давлатнинг диққати марказида бўлиши лозим. Ягона илмий -техника сиёсатини давлат қуйидаги бир қатор тадбирларни, дастурларни амалга ошириш орқали бажаради:

- маориф ва фан соҳасини молиялаштириш;
- илғор амортизация ва инвестиция сиёсати юритиш;
- фан ва маориф соҳасидаги ходимларнинг маошлари тизимини такомиллаштириш;
- илғор техника-технологияларни тадбиқ этишдан барча бозор субъектларининг манфаатдор бўлишлигининг шароитини таъминлаш;
- халқаро миқёсда илмий-техника соҳасида фаол ҳамкорлик ўрнатиш;

Амортизация сиёсати давлат илмий-техника сиёсатининг бир қисми ҳисобланади. Бунда давлат тадбиркорларга амортизация ажратмаси миқдори ва ундан фойдаланиш нормаси белгилаш орқали такрор ишлаб чиқаришга ва асосий фондларнинг янгиланиш тезлигига таъсир кўрсатади.

Амортизация сиёсатини ишлаб чиқишда давлат қуйидаги принципларга амал қилиши лозим:

- асосий фондларни, айниқса инфляция шароитида ўз вақтида қайта баҳолашни амалга ошириш;
- асосий фондларнинг амортизация нормаси оддий ва кенгайтирилган такрор ишлаб чиқаришни амалга ошириш учун етарлик бўлиши лозим;
- корхоналарда амортизация ажратмалари белгиланган мақсадларгагина фойдаланиши лозим;
- асосий фондларнинг белгиланган фойдаланиш мақсади ва уларнинг маънавий ҳамда жисмоний эскириши муддатини ҳисобга олган ҳолда амортизация нормалари табақаланган бўлиши лозим;
- корхоналарга жадал амортизациялаштиришга имкон бериш;
- амортизация сиёсати асосий фондларни янгилаш ва илмий-техника тараққиётини жадаллаштиришга мувофиқ бўлиши лозим;

Инвестиция сиёсати-тадбиркорлик фаолиятини ривожла-нишига таъсир кўрсатувчи асосий омиллардан биридир!. Инвестиция сиёсати орқали давлат ишлаб чиқаришнинг ўсиш суръатига, фан-техника тараққиётига ва бошқа кўпгина ижтимоий муаммоларни ҳал этишга таъсир кўрсатиши мумкин. Утган даврдаги ишлаб чиқариш пасайишининг сабабларидан бири-моддий ишлаб чиқаришга капитал маблағлар сарфининг қисқариб кетганлиги бўлди. Ривожланган давлатларда инвестиция улуши миллий даромаднинг 40 % ваъуддан ортиқ қисмини ташкил этади. Энди бозор иқтисодиётига ўтиш даврида давлат асосий инвесторлик функциясини қисқартириб, хусусий тадбиркорликнинг инвестиция фаолиятдан манфаатдорлигини таъминлаш учун шарт-шароитлар яратиб беради.

Инвестиция фаолиятини фаоллаштиришга давлат қуйидаги дастаклар орқали таъсир этади:

- молия-кредит ва инвестиция сиёсати;
- корхоналарга ишлаб чиқаришни техник қайта жиҳозлаш ва реконструкция қилиш учун турли имтиёзлар жорий этиш;
- амортизация сиёсати;
- чет эл сармоясини жалб этиш учун шарт-шароит яратиш;
- илмий-техника сиёсати ва бошқалар.

Давлат тадбиркорлиги - иқтисодиётни кўтариш учун тўғридан-тўғри таъсир кўрсатувчи энг муҳим тадбирлардан биридир. Бунда ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш, товарлар етказиб бериш ва бошқа турли соҳаларда давлат корхоналари ташкил этилади. Давлат ишлаб чиқаришни таркибий қайта қуриш, тармоқлараро ва ҳудудлараро номутаносибликни юмшатиш, илмий-техника тараққиётини рағбатлантириш, иқтисодиёт самарадор-лигини ошириш йўналишида мустақил субъект сифатида маълум умуммиллий мақсадларни амалга оширади.

Давлат тадбиркорлиги-унинг такрор ишлаб чиқариш жараёнига тўғридан-тўғри аралашувидир. У айниқса, хусусий тадбиркорлар учун маблағ сарфидан кам самара берадиган, лекин умумжамият манфаати учун аҳамиятли бўлган соҳаларда амалга оширилади. Бу энг аввало иқтисодий инфраструктура тармоқларидан (транспорт, алоқа, энергетика) иборат бўлади.

Прогнозлаш, режалаштириш ва тартиблаш - мамлакат иқтисодиётини бошқаришда давлатнинг асосий дастаги ҳисобланади. Бозор иқтисодиётига ўтилиши муносабати билан иқтисодиётни прогнозлаш ва режалаштиришнинг аҳамияти сусаймайди, балки уни усуллари ўзгаради. Ҳар қайси корхоналарга юқоридан белгиланган топшириқ сифатидаги директив режалаштириш ўрнига талаб ва таклифни мувофиқлаштирувчи режалаштириш юзга келади. Унинг моҳияти шундан иборатки, давлат иқтисодиётнинг утган даврдаги ҳолатини таҳлил қилади ва мавжуд ресурсларни ҳисобга олади, яъни

-ялпи миллий маҳсулотни, миллий даромадни ўсиш суръати,

- инфляция ва ишсизлик даражаси;
- иш ҳақи миқдорининг энг оз миқдори;
- бюджет камомали;
- фоиз ставкаларига шу каби кўрсаткичлар бўйича режа тузилади.

Ушбу кўрсаткичлар ҳисобга олиниб иқтисодий режалаштираётган даврдаги ҳолатини акс эттиради. Бунда, албатта давлат режалаштиришнинг макроиқтисодий кўрсаткичларига иқтисодий ривожлантиришдан ташқари аҳоли турмуш даражасини яхшилашни ҳам кўзда тутиши лозим.

Давлат макроиқтисодий режалаштириш асосида аввалдан, ўзининг фискаль, илмий-техника, молия-кредит, инвестиция ва ижтимоий сиёсатларининг йўналишларини белгилаб олади.

Режалаштириш қисқа, ўрта ва узоқ муддатга мўлжалланган шаклда бўлади. Кўпчилик ривожланган мамлакатларда давлат даражасида режалаштириш маълум дастурларни амалга ошириш шаклида амалга оширилмоқда.

Нарх сиёсати-давлатнинг тадбиркорлик фаолиятига таъсир ўтказувчи энг асосий дастакларидан биридир. Нарх сиёсатидан фойдаланган ҳолда, давлат талаб ва таклифга, ресурс ва даромадларнинг тақсимланишига, яшаш минимуми даражасини таъминлашга, шунингдек монополияга, инфляцияга қарши курашда фойдаланади.

Маълумки, бозор муносабатлари шароитида товарлар нархи талаб ва таклиф таъсирида шаклланади. Лекин, кундалик энг зарур товарлар нархини давлат бошқариб туради.

Бу усул бозор муносабатлари асосида ривожланган барча давлатларда қўлланилади. Нархи бошқариладиган товарлар миқдори умумий товарлар миқдорининг 10-15% ни ташкил этса ҳам, лекин бу аҳолини турмуш даражаси минимумини таъминлаб туришда катта аҳамиятга эга.

Кўпчилик ривожланган мамлакатларда давлат томонидан монополист корхоналар маҳсулотининг нархи, баҳоси бошқарилиб турилади.

ДАВЛАТНИНГ МОНОПОЛИЗМГА ҚАРШИ СИЁСАТИ.

Давлатнинг монополизмга қарши сиёсати рақобат муносабатларини такомиллаштиришда ғоятда муҳим воситадир. У, биринчидан, айрим фирмалар томонидан бозорнинг эгаллаб олинишига қарши курашни; иккинчидан, фирмалар ўртасидаги бозор механизмлари ҳаракатини чеклаши мумкин бўлган яширин келишувларини бартараф этишни; учинчидан, захираларнинг иқтисодий бир тармоғидан бошқасига эркин ўтиши йўлидаги ғовларни йўқотишни тақозо этади (етарли бўлмаган ёки бузиб кўрсатилган ахборот муайян анъаналар, қонунлар, майда тадбиркорлар учун кредит йўли берклиги ва хоказолар ана шундай ғовлар бўлиши мумкин).

Монополизмга қарши сиёсат шартлаган чоралар кўпинча “эркин” бозор иқтисодиёти принципларига зид келади. Лекин, қандай гайритабиий туюлмасин, улар бозор стихиясини ўз-ўзидан емирилишдан (монополия бозор кучлари ҳаракатининг қонуний натижаси бўлган ҳолда) ва бозорни ташқаридан емирувчи омиллардан (рақобатнинг номукамаллиги, табиий ресурсларнинг чекланганлиги, хўжалик фаолияти ва қонунчиликнинг хусусияти, ҳукумат муассасалари, анъаналар ва ҳоказоларнинг ҳаракатлари келтириб чиқарган ҳолда) ҳимоя қилишга ёрдам беради.

Монополизмга қарши сиёсатни амалга оширишнинг иккита асосий усули маълум: маъмурий (қонун чиқарувчилик) ва рақобат муносабатларини билвосита тартибга солиш.

АҚШда қўлланилаётган монополизмга қарши қонунчилик иқтисод фанидаги энг қаттиқ қонунлардан бири ҳисобланади. XIXаср охиридаёқ ушбу мамлакат жамоатчилиги “стихияли бозор механизми иқтисодиётни айрим фирмаларнинг эгаллаб олишидан, уларнинг яккаҳоқимликка олиб келувчи келишувларидан ҳимоя қилинмаган” деган хулосага келади. Рақобатчиларнинг иқтисо-дийдан ташқари яккаланиши ҳолларининг, бозорларни тақсимлаб олиш ва нархларни жуда ҳам ошириш ҳақидаги битимларнинг кўпайиши Америка конгрессини 1890 йилда трестларга қарши биринчи қонунни - “рақобат тизимининг конституцияси” деб ҳам аталадиган Шерман ҳужжатини қабул қилишга олиб келди. Шерман ҳужжати бозорни ўша даврда ҳукмрон бўлган тармоқ монополияларидан ҳимоя қилишни кўзда тутган эди. Кейинчалик бир неча марта қаттиқлаштирилган Шерман қонуни АҚШда ҳам, бошқа мамлакатларда ҳам монополизмга қарши қонунчиликнинг шаклланиши ва ривожланишида катта аҳамиятга эга бўлди. Шунингдек монополизмга қарши қонунчиликни амалга оширишнинг ҳуқуқий механизми ишлаб чиқилди, у ўз ичига турли давлат муассасалари: парламент, ҳукумат, турли даражадаги судлар фаолиятини қамраб олди.

Монополизмга қарши қонунчиликнинг тўртта асосий йўналишини ажратиб кўрсатиш мумкин: трестларга қарши; картелларга қарши; фирмаларнинг яккаҳоқимлик амалиёти ва виждонсиз рақобатга қарши; давлат ташкилотларининг яккаҳоқимлик амалиётига қарши кураш.

Трестларга қарши қонунчилик уларга кирувчи фирмалар ўз мустақиллигини тўла йўқотадиган уюшмалар ва бирлашмаларга қарши қаратилган. Унга мувофиқ компания у ёки бу турдаги маҳсулотни ишлаб чиқаришнинг 40-60 % дан кўпрогини ўз қўлида тутиб туришга ҳақли бўлмайди; мамлакатнинг энг йирик корпорациялари акцияларини олиш чекланади: жисмоний, юридик шахсларга уларни кўпроқ даражада муайян ҳиссада харид қилиш таъқиқланган.

Трестларга қарши қонунчиликни бузганлик учун турли хил жазолар, шу жумладан монополист фирмаларни бўлиб юбориши ва

фирмаларнинг қўшилишини (бирлашувини) таъқиқлаш кўзда тутилган. Монополиялаштириш хўжалик фаолиятининг хусусияти (коммунал хизматлар, алоқа, транспорт, энергетика ва ҳоказолар) билан боғлиқ иқтисодийёт соҳаларида монополист корхоналар устида бевосита давлат назорати ўрнатилиши: лицензия бериш, солиқларни ошириш, давлат нархларини белгилаш ва ҳоказолар амалга оширилиши мумкин.

20-асрнинг бошларидаёқ трестларга қарши қонунчиликка мувофиқ АҚШда “Стандарт ойл” нефть компанияси ва “Дюнон” порох компанияси тарқатиб юборилди. Бундай чора ҳозиргача қўлланиб келинмоқда. Чунончи, 1982- 1983 йилларда “Америка телефон энд телеграф компани” (“АТТ”) давлат тармоқ монополияси бўлиб юборилди. У 23 та мустақил минтақа компаниясига ажратилди.

Картелларга қарши қонунчилик. Картель - фирмаларнинг ўзаро нарх белгилаш ва сотиш бозорларини тақсимлаш борасидаги шартномага асосланган бирлашув шаклидир. Бундай келишувлар бозор механизми ҳаракатини бузиши равшан, улар одатда қонун томонидан таъқиқланган.

Фирмаларнинг яккаҳокимлик амалиёти ва нопок рақобатга қарши қонунчилик. Картеллар келишувидан ташқари, фирмаларнинг яккаҳокимлик амалиётида қўлланилади:

- сунъий тақчилликни юзага келтириш мақсадида товарларни муомаладан чиқариш, уларни ишлаб чиқаришни чеклаш ва тўхтатиш;
- рақобат кураши воситаси сифатида нархларни сунъий равишда пасайтириш;
- товар сотиш шарти сифатида харидорга мажбурий ассортиментни тиқиштириш;
- потенциал шериклар билан иш олиб боришдан воз кечиш тўғрисида олдиндан келишиб олиш;
- шунга ўхшаш маҳсулот ишлаб чиқарувчи бир неча фирмаларда раҳбар лавозимларни эгаллаш.

Бу ҳаракатларнинг барчаси, шунингдек нопок рақобатнинг қуйидаги усуллари ҳам қонун томонидан таъқиб қилинади;

- бошқа товар белгиси, фирма номи ёки товардан ўзбошимчалик билан фойдаланиш, бошқа фирмаларнинг товарлари ташқи кўриниши, ўралишидан нусха кўчириш;
- рақобатчиларнинг обрўсига дахлдор ёлғон хабарларни тарқатиш;
- саноат соҳасида жосуслик;
- товар тайёрлаш усули ва жойи борасида истеъмолчини чалғитиш;

- буюртмачи, етказиб берувчи, воситачи ва ҳоказоларни алдаш.

Давлат ташкилотларининг яккаҳокимлик амалиётига қарши қонунчилик. Давлат муассасалари ихтиёридаги имкониятлар-молиявий текширув, жарима солиш, хўжалик фаолиятини таъқиқлаш ва ҳоказолар-рақобат курашига яқун ясаши мумкин бўлган жуда қудратли қуролидир. Шу сабабли виждонсиз тадбиркорлар давлат амалдорларини сотиб олиб,

улардан фойдаланишга интилади. Давлат муассасаларининг рақобат курашида иштирок этишнинг бошқа шакли-айрим фирмаларга асоссиз имтиёзлар, дотациялар, кредитлар берилишидир. Бундай "ёрдам" тадбиркорларни тенг бўлмаган шароитга солиб қўяди. Ана шу сабабли қонунчилик, одатда, хўжалик ҳаётига таъсир кўрсатиш имкониятига эга бўлган давлат амалдорларининг бизнесда иштирок, этишини таъқиқлайди.

Давлат монополизмга қарши фаолиятнинг соф иқтисодий усулларидан ҳам фойдаланади. Улар асосан монополлаштирилган тармоқларда тадбиркорлик фаолиятини рағбатлантириш, захираларнинг эркин оқиб келиши йўлидаги ғовларни бартараф этиш, ахборот бериш каналларини такомиллаштириш учун қўлланилади. Анчадан бери тармоқларда фаолият кўрсатаётган фирмалардагидан сарф-ҳаражати одатда юқори бўлган бошловчи фирмаларга давлат имтиёзли кредит, пул ёрдами, солиқда имтиёзлар беради. Айниқса, улар танлов асосида жойлаштирилса, ҳукумат буюртмалари тадбиркорлик фаолигини рағбатлантиришнинг қудратли воситаси ҳисобланади. Бундан ташқари давлат муассасалари статистика тўпламлари, ахборот бюллетенлари, махсус иқтисодий адабиётлар чиқаради, тадбиркорларга бепул маслаҳатлар беради. Бу эса хўжалик ҳаётининг ҳолати ҳақидаги ахборотни эркин ҳаракат қилдиришга ёрдам беради, тадбиркорликда таваккал қилишни камайтиради.

Яккаҳоқимлик тарзида юқори қилиб белгиланган нархларни пасайтиришда ҳам иқтисодий усуллардан фойдаланиш мумкин. Давлат шунга ўхшаш маҳсулотни анча паст нархларда сотиб, нархни тушириши мумкин. Импортни -ҳориждан мол келтиришни рағбатлантириш монополиялар ҳокимиятини чеклашнинг анча самарали воситасидир. Миллий бозорда (айрим олинган мамлакат бозорида) монопол афзалликларни йўқотади. Шу сабабли товарлар импортини кенгайтириш (монополизмга қарши қонун нуқтаи назаридан) бозорда янги рақобатчиларнинг пайдо бўлишига тенгдир. Ташқи иқтисодий фаолият йўлидаги ҳуқуқий ғовларни бартараф этиш ва божхона тўловларини пасайтириш-импортни рағбатлантиришнинг энг оддий усулидир.

Монополизмга қарши қонунчилик бозор рақобати механизмини сақлаш ва такомиллаштиришга катта ҳисса қўшади. Бироқ бу ерда ҳам унинг ўз муаммолари мавжуд. Қонунчилик монополистни баркамол рақобатчидан ажратувчи, фирманинг у ёки бу ҳаракатини яккаҳоқимлик амалиётига киритиш мумкин бўлган аниқ мезонларни бермайди (объектив равишда бера олмайди ҳам). Масалан, фирмалар сарф-ҳаражатдан паст нархлар деб ҳисобланади. Айни вақтда, амалиёт кўрсатишича, фирмалар кўпинча ишлаб чиқаришдаги заруриятдан (масалан, талаб пасайганда) ана шундай қилишга мажбур бўладилар.

Трестларга қарши қонунчиликда ҳам рақобат муносабатлари бузилаётганини аниқлаш имконини берадиган аниқ мезонлар мавжуд эмас. Шу сабабли фирмаларнинг қўшилишини таъқиқлаш иқтисодий

самарадорлик ўсишидаги ғовга айланиши мумкин - зеро йирик фирмаларда қимматга тушувчи илмий тадқиқотларни ўтказиш, меҳнат тақсимотини чуқурлаштириш, энг янги илмий техника ютуқларини қўллаш ва ҳоказолар учун имкониятлар кўпроқ. Бундан ташқари, йирик фирма доим ҳам монополист бўлмайди: у битта эмас, кўплаб турда маҳсулот яратиши, биргина минтақага эмас, бир неча минтақага хизмат кўрсатиши, товарларнинг ўрнини босувчилари, бинобарин, эластик талаб ҳам кўп бўлиши мумкин (эластик талабда фирма, ҳатто агар у тармоқда бирдан-бир ишлаб чиқарувчи бўлса ҳам, нархни ошириш фойдали бўлмайди).

Давлатнинг монополизмга қарши сиёсатида кўзда тутиш керак бўлган яна бир қатор ҳолатлар мавжуд. Аввало уни муайян кишилар амалга оширади. Улар, биринчидан, хато қилишлари мумкин. Хусусан, давлат амалдорлари ҳукумат дастурларини кўпиртиришдан манфаатдорлар: бу нарса уларнинг сиёсий таъсирини кучайтиради ва мансабларининг ошиши учун имкониятни кенгайтиради. Бундан ташқари давлатнинг иқтисодий сиёсатига ўз манфаатларини кўзловчи ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчилар гуруҳи кўрсатмоқда. йтиш керакки, монополизмга қарши қонун - хавфли рақиб билан ҳисоб-китоб қилиш учун жуда қулай воситадир. Бундан келиб чиқадики, иқтисодий, шу жумладан, монополизмга қарши сиёсат ҳам доимо бутун жамиятнинг мақсадларига мувофиқ равишда ўтказилавермайди. У айрим нуфузли шахслар ёки ижтимоий гуруҳларнинг манфаатларини рўёбга чиқаришга қаратилиши мумкин.

Иқтисодиётда монополизм кучайса рақобат чекланади. шу туфайли монополизмни чеклашда давлат аралашади ва қонун билан зарур бўлган тадбирларни қўллайди.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиёти механизмга ўтиш муносабати натижасида мулк хусусийлаштирилди ва мулкдор синфлар вужудга келди, яъни кўп укладли иқтисодиёт шаклланди, бу эса рақобатчилик муҳитини вужудга келтирди.

Ўзбекистонда "Монопол фаолиятни чеклаш тўғрисида"ги қонун (1992 йил, август) кучга кирди. Шу билан бирга рақобатчиликни ривожлантиришга қаратилган кўплаб меъёрий ҳужжатлар ишлаб чиқилди ва жорий этилди.

Мазкур қонунга асосан мамлакатимиз ҳудудидаги бозорда атайлаб тақчиллик ҳосил қилиш, нархларни монополлаштириш, рақобатчиликнинг бозорга кириб боришига тўсқинлик қилиш, рақобатнинг фирром усулларини қўллаш ман этилади. Қонунни бузувчилар рақибига етказган зарарни қоплашлари, жарима тўлашлари, фирромлик билан олган фойдадан маҳрум этилишлари кўзда тутилган.

Монополлашувни чеклаб бориш учун Ўзбекистон Республикаси молия вазирлиги тизимида монополиядан чиқариш ва эркин рақобатни ривожлантириш бош бошқармаси тузилди. Бошқармага рўйхатга киритилган монополия мавқеидаги корхоналар маҳсулоти бўйича

нархларни ва рентабелликни тартибга солиб туриш ҳуқуқи берилди. Республикада монопол мавқеига эга бўлган корхоналарни Давлат реестрига киритиш учун мезонлар белгиланда ўтиш даврининг ўзига ҳос хусусиятлари ҳисобга олиниб, агар ишлаб чиқарилган айнан бир маҳсулотлар товарлар бозоридаги шундай маҳсулотнинг 35 фоизидан ортиқ бўлса, бу корхона монополистик корхона, сифатида Давлат реестрига киритилади. Худди шунингдек, озиқ-овқат товарлари гуруҳи учун бундай мезон даражаси 20 фоиз деб белгиланди.

Республикада монополиялар рўйхатга кирган корхона (тармоқ)ларнинг бозордаги мавқеини тартибга солишда давлат бир қатор усуллардан фойдаланилади. Бу усуллардан иккитасини ажратиб кўрсатиш лозим:

1. Монопол мавқеидаги маҳсулотларга нархларнинг энг юқори даражасини ёки рентабеллигининг чегарасини белгилаб қўйиш.

2. Ўз монопол мавқеини сунистьёмоя қилган монополистик бирлашмаларни бўлиб ташлаш ёки майдалаштириш. Бу усул Вазирлар Маҳкамасининг 1994 йил 18 июлдаги 366-сонли қарори билан тасдиқланган “Объектларнинг ҳўжалик юртиувчи жамиятлар ва ширкатлар таркибидан чиқиш тартиби тўғрисидаги Низом” асосида амалга оширилади. Республикада фақат 1994-1996 йиллар давомида монопол мавқеидаги акциядорлар жамиятлари, ижара ва бошқа жамоа корхоналари таркибидан 14972 объект чиқарилиб, мустақил корхоналарга айлантирилди.

Ўзбекистон Республикасининг “Истьёмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида” (1996 йил, апрел) қонуни асосида фирром рақобатта, шу жумладан Республика бозорларига белгиланган талабларга жавоб бермайдиган товарларни чиқаришга йўл қўймайдиган механизмни яратишга ҳам алоҳида эътибор берилади.

Табийий монополияларни давлат йўли билан тартибга солиш улар маҳсулот (хизмат)ларига нархлар ва тарифлар даражасини, шунингдек таклиф этиладиган товарлар ва хизматлар турига асосий кўрсаткичларни белгилаш ўз ичига олади.

Рақобатчилик муҳитини шакллантириш мақсадида ва давлатга қарашли бўлмаган секторни қўллаб-қувватлаш учун тадбиркорликни ривожлантириш фонди, кичик ва ўрта бизнесни ривожлантиришга кўмаклашиш фонди ташкил этилди. Рақобатчилик муҳитини шакллантиришга қўллаб халқаро ташкилотлар ҳам фаол қатнашмоқда. Жумладан ЮНИДО ёрдамида бир нечта бизнес инкубаторлар ташкил этилди. Европа Амалий жамияти Комиссияси алоқалар маркази, Германия техника кўмаклашув жамияти кичик ва ўрта бизнесни қўллаб-қувватлаш марказини ташкил этди.

Республикада рақобатчилик муҳитини вужудга келтиришда амалга оширилаётган барча ишлар бозор иқтисодиётини таркиб топтиришга хизмат қилади.

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. И.А.Каримов. Ўзбекистон бозор иқтисодиёти муносабатларига ўтишнинг ўзига хос йўли. "Ўзбекистон", Тошкент, 1993.
2. И.А.Каримов. Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида. "Ўзбекистон", Тошкент, 1995.
3. И.А.Каримов. Ўзбекистон сиёсий-ижтимоий ва иқтисодий истиқболнинг асосий тамойиллари. "Ўзбекистон", Тошкент, 91.
4. И.А.Каримов. Янгича фикрлаш ва ишлаш-давр талаби. Т. "Ўзбекистон" 1997.
5. И.Каримов. Биз келажакимизни ўз қўлимиз билан қурамыз. Т. "Ўзбекистон" 1999.
6. И.А.Каримов. Озод ва обод Ватан эркин ва фаровон ҳаёт - пировард мақсадимиз. "Ўзбекистон", Тошкент, 2000.
7. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. Т., "Ўзбекистон", 1992.
8. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодекси. 1996ю
9. Мулкчилик тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. 1990 йил 31 октябрь
10. Ўзбекистон Республикасининг Солиқ Кодекси. 1997 йил 24 апрель
11. Ўзбекистон Республикасининг "Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида"ги қонуни. 1996 йил 26 апрель
12. Ўзбекистон Республикасининг "Товарлар бозорларида монополиялик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида"ги қонуни. 1996 йил 27 декабрь
13. "Акциядорлик жамиятлари ва акциядорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида"ги қонуни. 1996 йил 26 апрель
14. Ўзбекистон Республикасининг "Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида"ги қонуни. 2000 йил 25 май
15. "Хусусий тадбиркорлик, кичик ва ўрта бизнесни ривожлантиришни янада рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. 1998йил 9 апрел
16. Ўзбекистон Республикасининг Тадбиркорлик тўғрисидаги қонун ҳужжатлари. (Уч китобдан иборат меъёрий ҳужжатлар тўплами) 1, 2, 3 китоб. Т. "Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси нашриёт уйи", 1999
17. Абдуқаюмов Контракт бўйича иш юритиш. Т. "Адолат", 1994.
18. Бекнозов Н. ва бошқ. Бозор иқтисодиёти назарияси. "Университет", Тошкент, 1993.
19. Буров В.П. и др. Бизнес план. (методика составления) Москва, 1995.
20. Шизнин С. Крупнов В. Қандай қилиб бизнесмен бўлиш мумкин? Т.: "Ўқитувчи", 1992.

21. Насриддинов М.А. Ахмедов О.М. Бизнес стратегияси. Т. "Шарк" 96.
22. Маликов Т.С. Молиявий қарор қабул қилиш асослари. Т. "Шарк" 96.
23. Максудов Ф. Танишинг бизнес. "Меҳнат", Тошкент, 1995.
24. Гурсунов Й. Солиқлар тўғрисида нїмаларни биласиз. Т. "Ўзбекистон" 1993.
25. Собиров Х. Суғурта. Т. Меҳнат. 1998.
26. Улыбкин К. и др. Брокер и биржа. (пособие для брокеров и их клиентов)
27. Курс предпринимательства. М.: ЮНИТИ, 1997.
28. Николас К. Управление малым бизнесом. -М. "ДЕЛО", 1997
29. А.В.Бусыгин "Предпринимательство" т.13-М. ИНФРА-М.1997.
30. Предпринимательство. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ - 1999.
31. С.Ғуломов Тадбиркорлик ва кичик бизнес (Тошкент Давлат Агро Университет) Тошкент, 1998.
32. Манаева Н.В. Экономика и предпринимательства. Лекция, деловые игры и упражнения. М., 1997.
33. Чжен В.А. 50 советов начинающим бизнесом. Ташкент, 1995
34. Чжен В.А. Развития малого и частного бизнеса в Узб. Ташкент, 1995
35. Крестов С.И. Предпринимательство: сущность, дерективы и перспективы. М.Знание. 1992.
36. Хейник П.И. Международнон предпринимательство: анализ зарубежного опыта. М. Наука. 1992.
37. Экономика и бизнес. Питерс Майкл. - Предпринимательство. Международные отношения. 1992.
38. Хизрит Роберт. Питерс Майкл. - Предпринимательство или как завети собственное дело и добиться успеха. М. Прогресс. 1992.
39. Жарбоков В., Катульский В. Малый бизнес. М.Наука. 1994.
40. Мулкнинг турли шаклларида тадбиркорлик фаолияти (ўқув кўланма). Тошкент, 1994.
41. Рузиев Ш. АҚШ да тадбиркорлик: ижтимоий-иқтисодий ва ҳуқуқий масалалар. Тошкент, Фан, 1991.
42. Котляр Ф. Основы маркетинга.
43. Носиров П., Абдуллаева. Маркетинг - бозор иқтисодиёти асоси.
44. Отахонов Ф.Х., Эрназаров У. Хусусий тадбиркорлик. Т. "Адолат" 1995.
45. Тухлиев Н., Улмасов А. Ишбилармонлар лугати. Тошкент, 1993.
46. Корхона молиявий ҳолатини баҳолаш: муаммолар ва уларни ҳал этиш. Т., "Иқтисод ва ҳуқуқ муаммоси", 1999.

СУЗ БОШИ	3
I боб. Тадбиркорлик фаолиятининг моҳияти ва ташкилий-ҳуқуқий ақллари	5
§ 1. Тадбиркорлик фаолиятининг моҳияти ва иқтисодий учун аҳамияти	5
§ 2. Тадбиркорликнинг ҳуқуқ, мажбуриятлари ва вазифалари	7
§ 3. Тадбиркорлик фаолияти турлари ва шакллари.	14
§ 4. Корхоналар турлари.	18
§ 5. Кичик бизнес.....	29
II боб. Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва ҳуқуқий ҳужжатларини расмийлаштириш	33
§ 1. Бозорнинг конъюктураси ва тадбиркорлик фаолият йўналиши бўйича имкониятларни аниқлаш	33
§ 2. Тадбиркорлик фаолиятини давлат рўйхатидан ўтказиш.....	35
§ 3. Айрим фаолият турлари учун рухсатнома олиш тартиби.	36
§ 4. Таъсис ҳужжатлари.....	38
§ 5. Корхонани ташкилий-ҳуқуқий расмийлаштириш.....	39
III боб. Бозорни ўрганиш. Маркетинг	41
§ 1. Бозорни турлаш ва таҳлил этиш.....	41
§ 2. Маркетинг тадқиқоти мақсад ва вазифалари.....	45
§ 3. Маркетинг тадқиқотининг асосий турлари.....	50
§ 4. Товар савдоси ҳаракати	54
§ 5. Реклама ва савдо-сотикни рағбатлантириш.....	55
IV боб. Тадбиркорликда молиявий муносабатлар	58
§ 1. Тадбиркорликда молиянинг моҳияти ва молиявий муносабатлар йўналишлари.....	58
§ 2. Тадбиркорликни кредитлаш кўринишлари ва шартлари.	65
§ 3. Фирмаларда бухгалтерлик ҳисоб-китоб ишларини ташкил этиш.	70
§ 4. Меҳнатга ҳақ тўлашни ташкил этиш.....	74
V боб. Корхона фаолиятини иқтисодий таҳлил этиш	80
§ 1. Иқтисодий таҳлилнинг аҳамияти ва вазифалари	80
§ 2. Корхонани иқтисодий фаолияти кўрсаткичлари.....	81
§ 3. Корхонанинг молиявий баланс ҳисоботи	85

§ 4. Маҳсулот хажми, турлари ва сифатини иқтисодий таҳлил этиш.....	91
§ 5. Ишлаб чиқаришнинг ташкилий томонлари ва фондлардан фойдаланиш даражасини таҳлил этиш.....	94
§ 6. Маҳсулот таннархини таҳлили.....	96
§ 7. Корхонанинг банкротлик ҳолатига тушиш сабаблари ва унга қарши курашиш чора-тадбирлари.....	97

VI боб. Тадбиркорликда таваккалчилик хавф-хатарлари ва Рақобат.....

§ 1. Таваккалчиликда юзага келадиган хавф-хатарлар ва юзага келиши мумкин бўлган зарарлар кўринишлари.....	104
§ 2. Хавф-хатарларни иқтисодий баҳолаш ва таваккалчилик чегаралари.....	108
§ 3. Рақобатнинг моҳияти ва кўринишлари.....	110

VII боб. Тадбиркорлик фаолиятида бизнес-режанинг аҳамияти ва уни тузиш.....

§ 1. Тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш аҳамияти.....	114
§ 2. Бизнес режанинг моҳияти в вазифалари.....	115
§ 3. Бизнес-режани таркибий тузилиши ва мазмуни.....	116

VIII боб. Тадбиркорликда менежмент.....

§ 1. Менежмент тушунчаси ва тадбиркорликдаги роли.....	125
§ 2. Бошқаришни ташкил этиш ва унинг вазифаари.....	126
§ 3. Менежмент назарияларининг тадрижий ривожланиши.....	129
§ 4. Ҳозирги замон менежментининг асосий усул ва ғоялари.....	132

IX боб. Тадбиркорликда ҳужалик алоқалари ва шартномалар тузишни ташкил этиш.....

§ 1. Ҳамкорлик алоқаларининг моҳияти ва кўринишлари.....	139
§ 2. Ҳамкорлар ўртасидаги ўзаро муносабатлар қоидалари шартномаларини тузиш талаблари.....	141
§ 3. Сотувчи, харидор ҳуқуқлари ва битим тузишдаги кафолатлар.....	144
§ 4. Тадбиркорлик этикаси ва ахлоқ қоидалари.....	145

X боб. Нархларнинг шаклланиши ва фирмаларининг нарх сиёсати.....

§ 1. Нарх моҳияти ва вазифалари.....	149
§ 2. Нарх белгилаш мақсадлари ва усуллари.....	150

§ 3. Нархни шаклантирувчи ва унга таъсир этувчи омишлар.	153
§ 4. Нарх турлари ва нарх сийсати.	157

XI боб. Ўзбекистонда солиқ тизими ва солиқ ставкалари	164
§ 1. Ўзбекистондаги солиқ тизими	164
§ 2. Солиқ турлари ва фойз ставкалари	168
§ 3. Юридик ва жисмоний шахслар учун солиқлар.	172
§ 4. Солиқ декларацияси ва уни тўлғазиш	178

XII боб. Биржалар ва фирмаларнинг ундаги широкчи	179
§ 1. Биржалар ва уларнинг фаолият юритиш механизми	179
§ 2. Товар биржаси.	181
§ 3. Фонд биржаси ва қимматбаҳо қоғозлар билан ўтказилдиган операциялар	183
§ 4. Валюта биржаси	188

XIII боб. Тадбиркорлик фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш ва ривожлантириш йўналишлари	189
§ 1. Давлат томонидан тадбиркорлик фаолиятини тартибга солиш зарурияти	189
§ 2. Давлат аралашувининг шарт-шароитлари ва меъёрлари	190
§ 3. Давлатнинг тадбиркорлик фаолиятига таъсир ўтказиш механизми	195

ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ИҚТИСОДИЙ ВА ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИ

Мухаррир: Л.Кўчқорова.

Техник муҳаррир: М.Мирзаниёв.

Компьютерда терувчи: А.Бойзаматов.

Боснишга рухсат этилди: 01.06.2002. Қоғоз бичими: 60x84 1/16
Ҳажми: 13,25 б.т. Адали: 500 нусха Буюртма: № 12

Тошкент Давлат Юридик Институти
Босмахонасида босилди.
Сайилягоҳ кўчаси, 35