

D.S. QOSIMOVA

KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK



TOSHKENT

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

D.S.QOSIMOVA

**KICHIK BIZNES VA
XUSUSIY TADBIRKORLIK**

(DARSLIK)

TOSHKENT – 2020

UO'K: 334.012.64.

KBK 65.9(2)09

Q 25

Q 25 D.S.Qosimova. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik.
(Darslik). –T.: «Инновацион ривожланиш нашриёт-
матбаа уйи», 2020, 328 bet.

ISBN 978-9943-6729-7-0

Ushbu darslikda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik nazariyasi, amaliyoti, me'yorlari va huquqiy asoslari, rivojlanishi hamda mazkur subyektlari faoliyati tahlili yoritilgan. Iqtisodiyotning bu sektori korxonalar va tashkilotlari turi va shakllari, boshqaruv usullari va qaror qabul qilish jarayoni, har bir funksional faoliyati mazmuni, ularni rejalashtirish, tashkillashtirish, baholash, moliyaviy hamda xo'jalik va tadbirkorlik madaniyati masalalari bo'yicha tushunchalar berish nazarda tutilganligi bois mutaxassislikka oid bilim va ko'nikmalarni oshirishda ahamiyatli hisoblanadi.

Oliy ta'lim muassasasi, qayta tayyorlash va kasb malakasini oshirish kurslari tinglovchilari hamda, amaliy faoliyat olib boruvchi boshqaruv xodimlari va barcha pog'ona rahbarlari uchun mo'ljallangan.

UO'K: 334.012.64.

KBK 65.9(2)09

Taqrizchilar:

M.Eshov – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti o'quv ishlari prorektori,
iqtisod fanlari doktori (DSc);

I.N.Qo'ziyev – Toshkent moliya instituti «Audit» kafedrasi professori,
iqtisod fanlari doktori.

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti o'quv-ushubiy Kengashi qaroriga
asosan chop etildi.*

978-9943-6729-7-0

© D.S.Qosimova, 2020;

© «Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи» 2020.

KIRISH

Mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga qaratilayotgan e'tibor ushbu soha yuksalishiga xizmat qilishi barobarida uning nazariy asoslarini kengroq yoritish talabini yuzaga keltiradi. Shu bilan bir qatorda, ushbu sohaga oid amaliyotda kuzatilayotgan yangi hodisa va jihatlar, hukumat tomonidan ko'rilayotgan choralar mazmun-mohiyatini ham ochib berilishi nazarda tutilgan. Ushbu kitobda qo'llanilgan o'quv uslubiyati fan doirasidagi bilimlar chuqurroq talqin etishga yetarli darajada qaratilganligi tinglovchilarning mazkur soha bo'yicha tushunchalar va ko'nikmalari shakllanishiga xizmat qilishi bilan ahamiyatlidir.

Asosiy nazariy qismi bo'lib kichik biznes va tadbirkorlik tushunchasi, ularning turlari va shakllari, rivojlanishi, huquqiy, ijtimoiy va iqtisodiy asoslari hisoblanadi. **Amaliy jihatlari** esa kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va boshqarish (davlat ro'yxatdan o'tkazish, litsenziyalash, hisob raqamini yuritish, kontraktatsiya, sug'urtalash, standartlashtirish va boshqalar), rejalashtirish, biznes madaniyati, holati tahlil etish, eksport salohiyati va tavakkalchiligini baholash masalalari ko'rib chiqilishidir.

Tinglovchilar uchun ahamiyatli bo'lgan boshqaruv usullari va qarorlarni qabul qilish, ayniqsa, boshqaruvni marketingga asoslangan holda olib borish zarurati tufayli, marketing faoliyatini yo'lga qo'yish va uni rivojlantirib borish, soliq va moliyaviy rejalashtirish, kreditlash, rahbarlik etikasi hamda xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmalari (bojxonalar, lizing, brokerlik, sug'urta va konsalting kompaniyalar, banklar, ulgurji va chakana savdo tuzilmalari, axborot-maslahat markazlari, auditorlik va injinerlik firmalari va boshqalar), klaster, autorsoring va franchayzing asosida tadbirkorlik faoliyati bo'yicha so'z yuritilgan. Investitsion jozibadorlikni hamda innovatsion yondashuvni shakllantirish hamda, eksport salohiyatini oshirish kichik biznes va tadbirkorlikning istiqbolli vazifalari ekanligini inobatga olgan holda ushbu masalalarga ham yetarli darajada urg'u berish dolzarb deb topildi.

Yuqoridagi kabi masalalar bo'yicha mutaxassislar tayyorlash, tinglovchilarda ushbu sohada nazariy va amaliy professional bilimni yuksaltirish, ulardagi ko'nikma va mahoratini mustahkamlash mazkur nashrning asosiy vazifasidir.

Ushbu soha rivojlanishiga doir hukumat tomonidan qabul qilinayotgan qarorlardagi chora-tadbirlarni taalluqli mavzuda yoritilib ketilishi nazarda tutilgan kitobning amaliyot bilan chambarchasligini oshirishga xizmati beqiyos.

1. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING MOHIYATI VA MAZMUNI

- 1.1. Biznes tushunchasining mohiyati. Biznes konsepsiyalari.
- 1.2. Tadbirkorlik nazariyasi va tadbirkorlik amaliyotini ilmiy anglash jarayonining rivojlanishi.
- 1.3. Tadbirkorlik hodisa va jarayon sifatida. Tadbirkorlikning funksiyalari va tamoyillari.
- 1.4. Tadbirkorlik va iqtisodiy erkinlik.

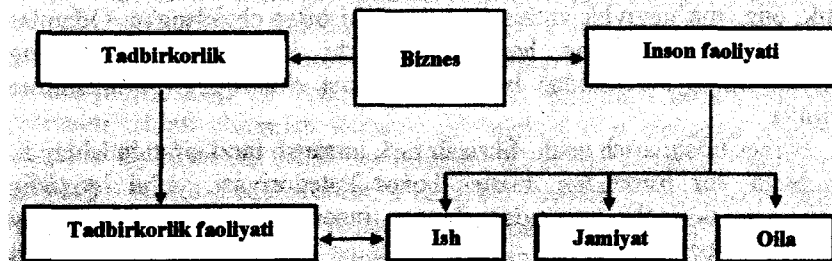
1.1. Biznes tushunchasining mohiyati. Biznes konsepsiyalari

Mamlakatimizda biznes yuritishni yaxshilash, tadbirkorlik subyektlarini qo'llab-quvvatlashga alohida e'tibor yaqin kelajakda ushbu soha iqtisodiy-moliyaviy ko'rsatkichlarni bir necha bor karra oshirish uchun zamin bo'la oladi. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 20-noyabrdagi PQ-4525-son «Mamlakatda biznes muhitini yanada yaxshilash va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qarori, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 24-oktyabr, PQ-4498-sonli «Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish davlat dasturlari doirasida amalga oshirilayotgan loyihalarni kreditlash tartibini takomillashtirishning qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qarori, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 5-oktyabr 2019-yil № 848-sonli «O'zbekiston Respublikasi Bosh vazirining tadbirkorlar murojaatlarini ko'rib chiqish qabulxonalari huzurida tadbirkorlarning jamoatchilik kengashlarini tashkil etish to'g'risida»gi Qarori, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 13-avgust PF-5780-sonli «Xususiy mulkni himoya qilish va mulkdorlar huquqlarining kafolatlarini kuchaytirish, tadbirkorlik tashabbuslarini qo'llab-quvvatlash borasidagi ishlarni tashkil qilish tizimini tubdan takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar, shuningdek, tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy resurslar va ishlab chiqarish infratuzilmasidan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish to'g'risida»gi Farmoni va boshqalari qabul qilinganlarini sabab qilishimiz mumkin.

Ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlardagi biznesning ornini tushunish uchun «biznes» va «tadbirkorlik» tushunchalarini farqlashga harakat qilish kerak. Layman nuqtayi nazaridan, bu hodisalar bir yo'nalishdadir. Ammo «biznes» va «tadbirkorlik»ni tashkil etish va uning faoliyati davomida yuzaga keladigan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar nuqtayi nazari-dan, bu tushunchalar har xildir. Ularning farqi shundan iboratki, tadbirkorlik – bu bozor munosabatlari mexanizmini belgilovchi ijtimoiy-siyosiy hodisa va fan sifatida chizmaiy tuzilma bo'lgan ishlab chiqarish (tadbirkorlik) tuzilmasini yaratishni o'rganadi.

Tadbirkorlik faoliyati ijtimoiy ehtiyojlarni qondiradigan moddiy tovarlar va xizmatlarni yaratish uchun ishlab chiqarish omillari (manbalari)ni tashkil etish va birlashtirish sifatida tavsiflanishi mumkin, bunda asosiy maqsadi tadbirkorning shaxsiy manfaatlarini amalga oshirishdir.

«Biznes» tushunchasi biznesni tashkil etish, ochish va ochish bilan bog'liq shaxsning amaliy faoliyatini belgilaydi va har qanday shaxsning oilada (uy xo'jaligi, mamlakatda ishlash, garajda ishlash va hokazo), jamiyatdagi (jamoaviy ish kunlari) va har qanday shaxsning faoliyatini anglatadi. Shu jumladan, tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir qiladi (1-chizma).



1.1-chizma. Inson faoliyatidagi biznesning o'rni

«Biznes» so'zma-so'z «ish» deb tarjima qilinadi. Biznes qilish nimadir qilishni anglatadi. Odam bor joyda biznes mavjud. Hech qanday insonsiz iqtisodiyot yo'q, har qanday iqtisodiy munosabatlar moddiy va ma'naviy natijalar, inson mehnatining natijalari bilan uyg'unlashadi. Buning sababi, iqtisodiyotda uchta komponent mavjud – odamlar,

narsalar va odamlarning narsalarga munosabati. Bu shuni anglatadiki, har qanday iqtisodiy munosabatlar ushbu uchta komponentning o'zaro bog'liqligi bilan belgilanadi. Ammo shaxs, o'zaro munosabatlar jarayonida vujudga keladigan narsalar va munosabatlar nafaqat insonning tadbirkorlik faoliyatiga, balki har qanday odamning oilaviy, ijtimoiy hayotda va ishda ishtirok etadigan faoliyatiga ham xosdir. Bu shuni anglatadiki, har qanday iqtisodiy munosabatlar inson faoliyatining har qanday sohasidagi ushbu uchta komponentning o'zaro bog'liqligi bilan belgilanadi.

Yuqoridagi materiallarga asoslanib, biznes ikkita nuqtayi nazarda ko'rib chiqilishi kerak:

Birinchisi. Biznes bu tadbirkorlik amaliyotidir;

Ikkinchisi. Biznes – bu insonning odatiy hayotida doimo paydo bo'ladigan, uning mehnat faoliyati yoki tadbirkorlik faoliyati bilan bevosita bog'liq bo'lmagan ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan kundalik faoliyati.

Biznes vujudga kelishiga bo'lgan ehtiyoj. Har qanday jamiyatning rivojlanishi ushbu jamiyatning faoliyati bilan tavsiflanadi. Odamlar iqtisodiy faoliyati moddiydir, ammo bu, o'rnatilgan maqsadga muvofiqlik, ong, ma'naviylik va hissiyotning ishi bilan cheklangan. Odamlar iqtisodiy rivojlanishning harakatlantiruvchi kuchi bo'lib, ularning faoliyati nuqtayi nazaridan biz biznes nima ekanligini tushunishimiz mumkin.

Biznes boshqarish usuli, fikrlash turi, turmush tarzi sifatida ishlaydi. Binobarin, bir tomondan, biznes bozor kategoriyasi, ya'ni iqtisodiy kategoriya, ikkinchi tomondan, biznes inson hayotining har qanday sohasida talabga ega.

Tadbirkorlik hodisasining vujudga kelish zaruriyati tabiiy tarixiy jarayondir. Jamiyat rivojlanishi bilan, jamiyatning iqtisodiy munosabatlari «o'zlashtiradigan» va ularni iqtisodiy amaliyotda, tadbirkorlik faoliyati yoki boshqa faoliyat sifatida namoyon qiladigan biznes ham rivojlanadi.

Biror kishining har qanday faoliyati o'zi yoki boshqalarning ehtiyojlaridan kelib chiqadi. Ma'lum bo'lishicha, biror narsaga ehtiyoj insonni biznes bilan shug'ullanishga majbur qiladi. Ammo ehtiyojlarni qondirish uchun resurslar kerak bo'ladi – ishlab chiqarish, tabiiy, inson, bu

har doim ham yetarli emas. Ushbu muammoga duch kelgan odam, odamlar va jamiyat ehtiyojlarini iloji boricha qondirish uchun ishlab chiqariladigan mahsulotni qanday ishlab chiqarish va qanday taqsimlash to'g'risida qaror qabul qilishi kerak. Hamda bu muammo nafaqat jamiyat iqtisodiyotiga, balki oilaviy va shaxsiy munosabatlarga ham xosdir.

Agar biz biznesni tadbirkorlik deb hisoblasak, jamiyatning iqtisodiy rivojlanish jarayonini tahlil qilish zarur. Insoniyat jamiyatining butun tarixi, u yoki bu tarzda, inson faoliyati, uning ishi yoki biznesi bilan bog'liq. Iqtisodiy rivojlanish jarayoniga biznes ta'sirining chegaralari obyektiv sharoitlarni belgilaydi. Ushbu shartlar biznes yuritadigan iqtisodiy tizimga bog'liq.

Biznes iqtisodiy rivojlanishning asosi bo'lgan va bozor ishlab chiqarishni rivojlantirish uchun rag'batlantiruvchi rol o'ynaydigan sanoatlashgan mamlakatlarning amaliyoti soddaligi bilan ajralib turadigan omon qolish formulasini ishlab chiqdi. Bozor munosabatlarida ishlab chiqarish va taqsimot muammosi talab va taklif bilan tartibga solinadi. Shu sababli, bozor ishtirokchilaridan hech biri bu muammolarni hal qilish bilan ongli ravishda shug'ullanmagan. Har bir ishtirokchi ishlab chiqaruvchi yoki iste'molchi sifatida bozorda o'zaro munosabatda bo'lib, o'z biznesini qiladi. Shuningdek, u narx va ishlab chiqarish hajmini aniqlaydi. Xaridor va sotuvchilar o'rtasidagi muvofiqlashtirish orqali barcha muammolar bir vaqtning o'zida hal qilinadi. Ulardan birinchisi («nimani ishlab chiqarish kerak») iste'molchi o'zi tanlagan mahsulot uchun to'laydigan pul orqali hal qilinadi; ikkinchisi («qanday ishlab chiqarish») – ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat; uchinchisi («qancha ishlab chiqarish va qanday taqsimlash») – talab va taklif nisbati. Bunday jarayon doimo ishlab chiqarishning har bir rejimida, bozor munosabatlari «tan olingan» turli xil iqtisodiy tizimlarda sodir bo'ladi.

Biznesning iqtisodiy asoslari. Tadbirkorlikning iqtisodiy asosi xususiy mulkdir. Ma'lumki, mulk – bu uning subyektlari o'rtasida ishlab chiqarish vositalarini ajratish va mehnat natijalari bo'yicha rivojlanib boradigan munosabatlardir. Ishlab chiqarish vositalariga mulkchilik nisbati har qanday iqtisodiy boshqaruv tizimining ishlab chiqarish munosabatlari tizimining asosini tashkil qiladi. Ular quyidagilarni qamrab oladi:



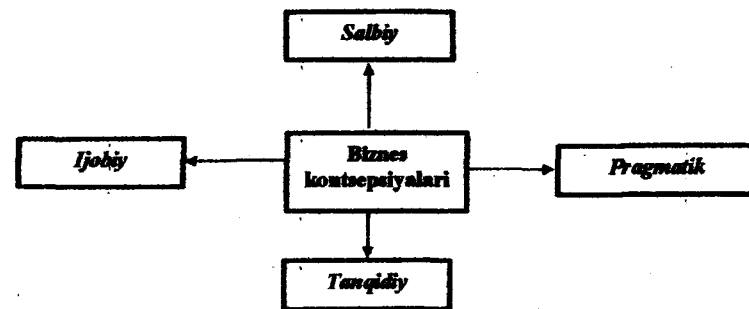
Mulk munosabatlari iqtisodiyotning «qo'llab-quvvatlovchi tuzilmasi» bo'lib, ular butun iqtisodiy jarayonni o'z ichiga oladi. Bu iqtisodiy tizimlar mulkchilik shakllarida turlicha ekanligi to'g'risida bahslashish uchun asos yaratadi. Bugun mamlakatimiz iqtisodiy tizimi xususiy mulkka asoslanadi. Sobiq SSSR paytida iqtisodiyot asosan davlat mulkiga asoslangan edi.

Davlat mulki munosabatlari, ayniqsa davlat mulkchilik shaklidagi munosabatlar, bozor munosabatlarga, ularning ishlash prinsiplariga ziddir.

Faqat davlat mulkiga suyanib, bozor iqtisodiyotiga ega bo'lgan jamiyatni qurish mumkin emas.

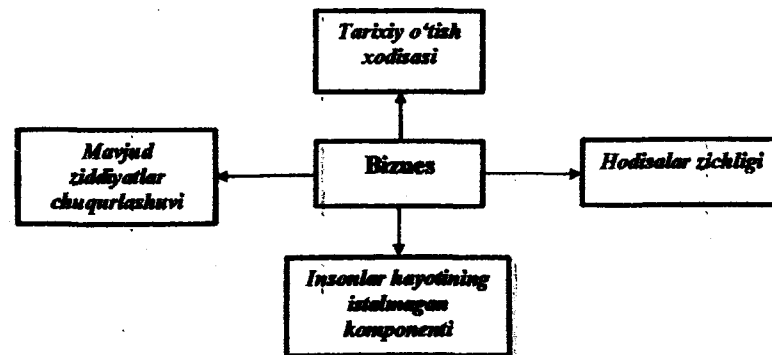
Xususiy mulkka ishonmasdan bozor iqtisodiyotiga o'tish oddiygina mumkin emas. Guruh, jamo'a, kooperativ, aksiyadorlik ulushdagi kabi mulkchilik shakllari tarixan xususiy mulkning rivojlanishi natijasida vujudga kelgan.

Biznes kontsepsiyalari. Kontsepsiya – bu obyektiv hodisaga nisbatan barqaror, mantiqiy bog'liq bo'lgan qarashlar tizimi. Jamiyatda biznesga nisbatan quyidagi tushunchalar mavjud: ijobiy; tanqidiy; pragmatik va salbiy (1.2-chizma).

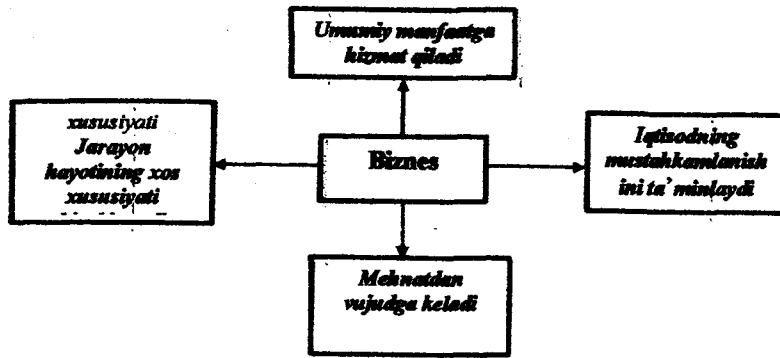


1.2-chizma. Biznes kontsepsiyalari

Tanqidiy biznes kontsepsiyasi – jamiyatning biznesga bo'lgan salbiy munosabatiga asoslangan. Ushbu kontsepsiya tarafdorlari bozor munosabatlari subyektlari boshqa bozor munosabatlarining subyektlari hisobidan boyitishning xudbin maqsadlarini ko'zlamoda (1.3-chizma).



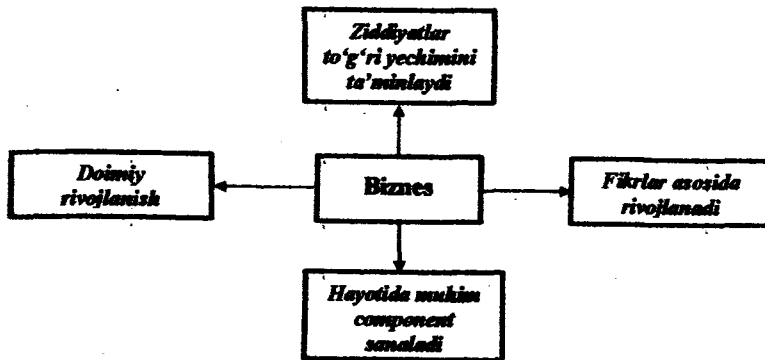
1.3-chizma. Biznesning tanqidiy kontsepsiyasi



1.4-chizma. Biznesning ijobiy konsepsiyasi

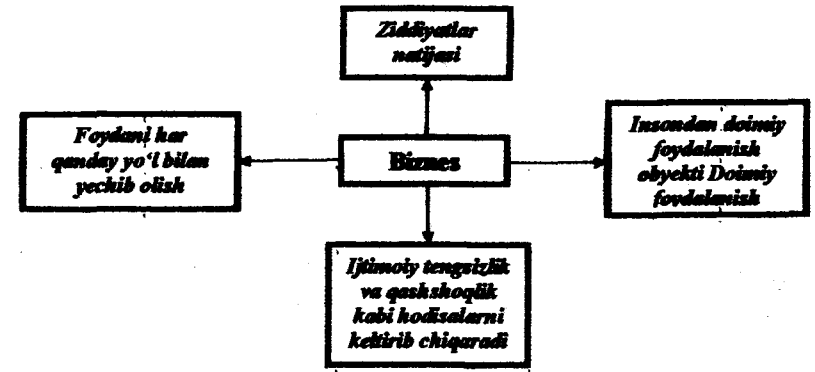
Biznesning ijobiy konsepsiyasi – biznes rivojlangan hodisa va sivilizatsiyalashgan jamiyatning ajralmas omili deb hisoblaydigan jamiyatning nuqtayi nazarini aks ettiradi (1.4-chizma).

Biznesning pragmatik kontsepsiyasi – bozor muhitida sodir bo'layotgan har bir hodisa va jarayonlarga mutanosib javob tariqasida faoliyat yuritishdan iborat bo'lib, 1.5-chizmada namoyon etilganlarga asoslanadi.



1.5-chizma. Biznesning pragmatik kontsepsiyasi

Biznesning negativ konsepsiyasi 1.6-chizmada ifodalab berilgan.



1.6-chizma. Biznesning negativ konsepsiyasi

1.2. Tadbirkorlik nazariyasi va tadbirkorlik amaliyotini ilmiy anglash jarayonining rivojlanishi

Tadbirkorlik ommaviy faoliyat turidir, tadbirkor huquqiy layoqati cheklanmagan, ya'ni harakat qilishga qodir har qanday fuqaro bo'lishi mumkin. Kollektiv tadbirkorlar, sheriklar o'zlarining ham, qonuniy ravishda qo'lga kiritilgan boshqa mulklardan ham foydalanadigan fuqarolarning birlashmalari bo'lishlari mumkin.

Biroq, ular tadbirkor bo'lish huquqiga ega bo'lganlarning barchasidan yiroqda bo'lishlari kerak. Muvaffaqiyatli tadbirkor bo'lish uchun sizga qobiliyat, bilim, ko'nikma, kuch, tabiiy sovg'a kerak. Bularning barchasini hisobga olmaganda, ba'zida omadga erishishingiz mumkin, bu yo'qotishlar, muvaffaqiyatsizliklar yoki hatto bankrotlik bilan almashtiriladi. Bundan tashqari, siz chinakam tadbirkorlik bu kuponlarning sochlari emas, balki og'riqli va charchagan kundalik ish ekanligini bilishingiz kerak. Ammo bugungi kunda jamiyat, ayniqsa ruslar, ishbilarmonlar qatlamini shakllantirishga qodir bo'lgan bunday ishbilarmon, g'ayratli odamlarga juda muhtoj. Tadbirkorlik sari harakat – bu iqtisodiyotni yangilash, ruslarda uy egasini jonlantirishning samarali usuli. Ijtimoiy munosabatlarning namoyon bo'lishining aniq shakllaridan biri sifatida tadbirkorlik nafaqat jamiyatning moddiy va

ma'naviy salohiyatini oshirishga yordam beradi, har bir shaxsning qobiliyati va iste'dodini amalda ro'yobga chiqarish uchun zamin yaratadi, balki millat birligini, uning milliy ruhi va milliy g'ururini saqlab qoladi. Yana bir muhim jihatni ta'kidlash kerak - ishlab chiqarish bilan bog'liq munosabatlarni fan va tadbirkorlik, menejment kabi fanlar o'rganadi. Tadbirkorlik va menejment o'rtasidagi jiddiy farq nima?

Menejment fani (menejment) vaziyatning har qanday rivojlanishi bilan allaqachon yaratilgan ishlab chiqarish (tadbirkor) tuzilmaning saqlanib qolishini ta'minlash muammolarini o'rganadi. Tadbirkorlik esa fan sifatida ishlab chiqarish tuzilmasini yaratishni o'rganmoqda.

Tadbirkorlik nazariyasini rivojlantirishning hozirgi bosqichini tadbirkorlik harakatlarini tahlil qilishda boshqaruv va innovatsion jihatlariga, va shu bilan tadbirkorlik muammolarini tahlil qilishning fanlararo darajasiga o'tish bilan bog'liq holda ajratib ko'rsatish mumkin.

G'arb mamlakatlarida zamonaviy tadbirkorlik yangi imkoniyatlarni doimiy qidirish, innovatsiyalarga e'tibor berish, muammoni hal qilish uchun turli manbalardan manbalarni jalb qilish va ulardan foydalanish qobiliyatiga asoslangan maxsus, innovatsion, byurokratik boshqaruv uslubi sifatida tavsiflanadi. Bizning fikrimizcha, bunday yondashuv mamlakatimizda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun ham muhimdir. Shu bilan birga, ta'kidlash kerakki, o'z korxonasini yaratish va rivojlantirish uchun tadbirkor amaldagi qonunchilik asosida resurs manbalarini «izlashi» kerak.

Tadbirkorlikning mohiyati. Turli nazariyalarni tanqidiy tahlil qilish natijasida tadbirkorlik nazariyasi va tadbirkorlik amaliyotini ilmiy anglash jarayonining rivojlanishining quyidagi bosqichlari ajralib chiqadi:

Ushbu masalaga doir ba'zi bir nazariya klassiklari va iqtisodchilarning qarash va nuqtayi nazarlari 1.7-chizmada keltirilgan.

Bugungi kunda dunyoda tadbirkorlik degan umumiy qabul qilingan ta'rif mavjud emas. Amerikalik olim, professor Robert Xizrich tadbirkorlik tushunchasini quyidagicha tushunadi: «Bu yangi qiymat yaratish jarayoni» va tadbirkor – bu «unga barcha zarur vaqt va kuchni sarflaydigan, barcha moliyaviy, psixologik va mas'uliyatni o'z zimmasiga oladigan odam. Mukofot sifatida pul olish va yutuqlardan mamnun bo'lgan ijtimoiy xavf». Iqtisodiy, siyosiy, psixologik,

boshqaruv va boshqa nuqtayi nazardan tadbirkorlik va tadbirkorlikni tavsiflovchi ko'plab boshqa ta'riflar berilgan.

Birinchi bosqich
XVIII asrda vujudga keldi: Tadbirkorlikni o'rganish tadbirkorning tavakkaliga diqqatni jamlash bilan bog'liq edi. Ushbu pozitsiya iqtisodiy nazariya klassiklari R. Kantillon, M. Peters, R. Xizrich, A. Smit va boshqalarning asarlarida o'z aksini topgan.

Ikkinchi bosqich
XIX asr boshlarida tadbirkorlikning ilmiy tushunchasi vujudga keldi. Va bu uning asosiy farqlovchi xususiyati innovatsiya sifatida ajratilishi bilan bog'liq. Ushbu nuqtayi nazar o'rganilgan iqtisodchilar J.B.Say, J. Shumpeteu, P. Drucker va boshqalarga tegishli.

Uchinchi bosqich
XIX asr oxiri - XX asr. Bu tadbirkorning o'ziga xos xususiyatlariga, shu jumladan iqtisodiy va ijtimoiy vaziyatdagi o'zgarishlarga javob berish qobiliyati, qarorlarni tanlash va tanlashda mustaqillik, boshqaruv qobiliyatining mavjudligi; va iqtisodiy tizimda tartibga solish prinsipi sifatida tadbirkorlikning roli to'g'risida. Ushbu g'oyalar rivojiga R. Hizrich, M. Piters, A.Xosking va boshqalar katta hissa qo'shdilar.

Ingliz professori Alan Xosking da'vo qilmoqda: «Yakka tartibdagi tadbirkor – bu biznesni o'z hisobidan amalga oshiradigan, biznesni boshqarish bilan shug'ullanadigan va zarur mablag'larni berish uchun shaxsan javob beradigan, mustaqil ravishda qaror qabul qiladigan shaxs. Uning mukofoti – bu tadbirkorlik faoliyati natijasida olingan foyda va erkin tadbirkorlikni davom ettirishdan olgan qoniqish hissi. Ammo, shu bilan birga, u korxonasi bankrot bo'lgan taqdirda yo'qotishlarni to'liq o'z zimmasiga olishi kerak».

Amerikalik olim R.S. Ronshtadt, tadbirkorlik boylik oʻrtirishning dinamik jarayomidir. Boylik pul, mulk, martaba xavfini eng yuqori darajada boʻlgan, oʻz biznesini tashkil qilish uchun vaqtini sarf qilmaydigan, mijozlarga yangi mahsulot yoki xizmatni taklif qiladiganlar tomonidan yaratiladi. Ushbu mahsulot yoki xizmat mutlaqo yangi narsa boʻlishi shart emas; asosiysi, tadbirkor ularga yangi sifatlarini bera olishi, qiymatini oshirishi, buning uchun zarur kuch va vositalarni sarf qilishi.

Rossiyalik iqtisodchi olim A.V. Busiginning nuqtayi nazari alohida qiziqish uygʻotmoqda. Busigina tadbirkorlikning asosiy tushunchalari toʻgʻrisida: «... maʼlum bir chizmayi gʻoyalarni amalda roʻyobga chiqarish uchun mustaqil biznes faoliyatiga boʻlgan xohish va harakatlar». A.V. Busiginning soʻzlariga koʻra, tadbirkorlik – bu biznes yuritish sanʼati, eng avvalo biznes dizayni shaklida amalga oshiriladigan fikrlash jarayoni. Tadbirkorlik degan taʼrifni uchratish mumkin: «Tadbirkorlik – bu shaxsiy foyda va jamoat manfaatlarining kombinatsiyasi asosida foyda olish uchun sarmoya kiritishni oʻz ichiga oladigan faoliyat».

Shuni taʼkidlash kerakki, tadbirkorlik iqtisodiy faoliyatning alohida turi sifatida ishlaydi, chunki uning boshlangʻich bosqichi odatda faqat gʻoya – aqliy faoliyat natijasi bilan bogʻliq boʻlib, keyinchalik moddiy-lashtirilgan shaklni oladi.

Faoliyatning (faoliyatning) asosiy subyekti bu shaxs, shuning uchun tadbirkorlik faoliyatining asosiy subyekti tadbirkor hisoblanadi. Demak, tadbirkorlik – bu tashabbuskorlik, masʼuliyat va innovatsion tadbirkorlik gʻoyasiga asoslangan insoniy faoliyatning oʻziga xos turi. Iqtisodiy faoliyat – bu shaxsning ijtimoiy ishlab chiqarishda ishtirok etish shakli va oʻzi va uning oila aʼzolarining hayotini taʼminlash uchun moliyaviy mablagʻlarni jalb qilish usuli. Shaxsning ijtimoiy ishlab chiqarishda ishtirok etish shakli ijtimoiy funksional burch yoki ularning kombinatsiyasi bilan belgilanadi, yaʼni shaxs quyidagi imkoniyatlarda harakat qilishi mumkin: Constant doimiy va kafolatli daromad olib keladigan har qanday obyektlar, koʻchmas mulk va boshqalar egasi (korxonalar yoki ijaraga uy egasi va boshqalar);

Iqtisodiy adabiyotlarda «tadbirkor» tushunchasi birinchi marta 1723 yilda Parijda nashr etilgan Universal Tijorat lugʻatida paydo boʻldi. «Tadbirkor» tushunchasi «obyektni ishlab chiqarish yoki qurish majburiyatini» oʻz zimmasiga olgan shaxs sifatida talqin qilindi.

Kantillon Richard (1680-1734), bankir, iqtisodchi va demograf, kapitalistik ishlab chiqarish usulining dastlabki tadqiqotchilaridan biri. Irlandiyalik kelib chiqishi boʻyicha Buyuk Britaniyada va Frantsiyada oʻz biznesini olib borgan. Uning «Umumiy savdoning tabiati toʻgʻrisida insho» kitobi vafotidan keyin 1755-yilda frantsuz tilida nashr etilgan. Kantillon Richard birinchi boʻlib sanoat kapitalining aylanishini vizual diagramma shaklida namoyish qildi va taklif va talab oʻrtasidagi tafovut, yakka tartibdagi shaxslar (tadbirkorlar) uchun tovarlarni arzonroq va qimmatroq sotib olishga imkon beradi deb ishonadi.

Taxminan, 1800-yillarda Jan-Baptist Say tadbirkorni quyidagicha taʼriflagan: «Tadbirkor iqtisodiy resurslarni pastroq boʻlgan mintaqadan unumdorligi va mahsuldorligi yuqori boʻlgan mintaqaga oʻtkazadi». Shu bilan birga, Jan-Baptist Say tadbirkorlikda xavf-xatar sharoitida ishlab chiqarishning ikki omilini – mehnat va kapitalni ijodiy uygʻunlashtirish va muvofiqlashtirishni koʻrdi.

1.7-chizma. Tadbirkorlikka berilgan taʼriflar

His oʻz ishini sotadigan ishchi (fabrikada torna, maktabda oʻqituvchi va boshqalar); Individual yakka tartibdagi prodyuser (oʻz asarlarini sotishdan

daromad oladigan «erkin» rassom yoki mashina taksidan foydalanayotgan va shu kabi daromadlardan yashaydigan haydovchi); davlat yoki munitsipal xodim; menejer (boshqa kompaniyaning menejeri); nafaqaxo'r (o'tgan faoliyat natijasida ijtimoiy ishlab chiqarishda passiv ishtirok etish shakli); o'quvchi yoki talaba (kelajakda har qanday shaklda ijtimoiy ishlab chiqarishda ishtirok etish uchun tayyorgarlik bosqichi sifatida); ishsizlar (ijtimoiy ishlab chiqarishda qatnashmaslik yoki ishlab chiqarishni to'xtatib turishning majburiy shakli sifatida); mudofaa va xavfsizlik sohasida (armiya, politsiya, davlat xavfsizligi) shug'ullanuvchi; iqtisodiy jinoiy faoliyat bilan shug'ullangan – reket, o'g'irlik.

Tadbirkorlik foyda (tadbirkorlik daromadlari) olishga qaratilgan tashabbuskor faoliyat shakli sifatida quyidagilarni o'z ichiga oladi:

To'g'ridan-to'g'ri ishlab chiqarish funksiyalarini bajarish
Tovarlar (mahsulotlar) ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko'rsatish (masalan, muhandislik kompaniyasi, sayyohlik kompaniyasi, muhandislik kompaniyasi yoki dizayn byurosi)

Vositachilik funksiyalarini bajarish
Mahsulotni bozorda ilgari surish va uni tegishli (ijtimoiy maqbul) shaklda bunday mahsulotni bevosita ishlab chiqaruvchidan o'z iste'molchisiga o'tkazish bilan bog'liq xizmatlar.

Tadbirkorlik iqtisodiy faoliyatning alohida turi sifatida ishlaydi, chunki uning boshlang'ich bosqichi odatda faqat g'oya - aqliy faoliyat natijasi bilan bog'liq bo'lib, keyinchalik ma'lum bir biznesning moddiylashtirilgan shaklini oladi. Tadbirkorlik innovatsion lahzaning majburiy mavjudligi bilan tavsiflanadi – bu yangi mahsulotni ishlab chiqarish, faoliyat profilining o'zgarishi yoki yangi korxonaning asosi bo'ladimi. Ishlab chiqarish, sifatni boshqarishning yangi tizimi, ishlab chiqarishni tashkil etishning yangi usullarini yoki yangi texnologiyalarni joriy etish ham innovatsion lahzalardir.

Tadbirkorlik – bu korxonaga egalarning innovatsion xatti-harakatlariga, g'oyalarni topish va ulardan foydalanish, ularni aniq tadbirkorlik loyihalariga tarjima qilish qobiliyatiga asoslangan mutlaqo yangi boshqaruv turi. Bu, qoida tariqasida, talabga javob beradigan biznesdir, lekin tavakkal qilmaydigan kishi oxir-oqibat muvaffaqiyat qozonolmaydi. Biroq, xavf janjal xavfi ostida. Tadbirkor o'z biznesini yaratishga qaror

qilishdan oldin (bu alohida muhokama qilinadi) ehtiyotkorlik bilan hisob-kitoblarni amalga oshirishi, o'z ichki sezgisini e'tiborsiz qoldirmasdan, taklif etilayotgan savdo bozori va raqobatchilarni sinchkovlik bilan o'rganishi kerak. Tadbirkorlik birinchi navbatda ishlab chiqarishning barcha omillaridan iqtisodiy o'sishda va alohida fuqarolarning va umuman jamiyatning ehtiyojlarini qondirishda samarali foydalanish bilan bog'liq. Tadbirkorlikning asosiy vazifasi aniq iste'molchilarga tovarlar (xizmatlar, ishlar) ishlab chiqarish, «olib kelish» va buning uchun moddiy va ma'naviy mukofotlarni olishdan iborat bo'lishi kerak. V.I. yozganidek: «Uzoq bo'lish – muhim ishni topshirish bilan davom ettirish, yangi biznesni amalga oshirishga qaror qilish». Fuqarolik huquqida ushbu tushunchaning ta'rifi mamlakatda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun muhimdir.

Tadbirkorlik faoliyatida intrapreneuring

Mamlakatimizda bozor iqtisodiyotining shakllanishi va rivojlanishi obyektiv ravishda uning barcha darajalarida, birinchi navbatda, korxonalar (firmalar) ning asosiy ishlab chiqarish aloqalari darajasida mutlaqo yangi shakl va boshqaruv usullarini yaratishni va amalga oshirishni talab qiladi. Menejmentning ushbu shakllari va usullari bozor iqtisodiyoti faoliyatining asosiy prinsiplariga mos kelishi, tashqi muhitning o'zgarishiga yuqori darajada «reaksiya» berishi, bozorni boshqarish falsafasi (marketing) va biznesni tashkil etishning ilg'or yo'nalishlariga asoslangan bo'lishi kerak.

Hozirgi vaqtda nazariy tadqiqotlar nafaqat tadbirkorlikni mustaqil, mustaqil asosda biznesni amalga oshirish usuli sifatida, balki kompaniya ichidagi tadbirkorlik yoki intrapreneurizatsiya masalalariga ham e'tibor beradi. «Intrapreneur» atamasini amerikalik tadqiqotchi G. Pinshaw o'ylab topgan. Shuningdek, u birinchi marta «intrakapital» dan kelib chiqqan boshqa atamani ishlatgan.

«Intraprenyerning» tushunchasi ikkita so'z birikmasidan kelib chiqdi: «tadbirkoris» – korxonaga yoki tadbirkorlik va lotincha «intra» prefiksi – ichkarida. Shunday qilib, bu tushuncha «ichki biznes» degan ma'noni anglatadi.

Korxonaga ichidagi tadbirkorlikning mohiyati intraprenyerning. Mahalliy mutaxassislar tomonidan sharhlash jarayoni, pozitsiyasi va tuzilishidan kelib chiqib, jarayonning pozitsiyasi sifatida berilgan.

G.L.ga ko'ra Bagiyev va A.N. Asaula: «Hamkorlar o'rtasida ishbilarmonlik ruhini rivojlantirish va mavjud korxonada amalga oshirishni anglatadi. Ichki koaching muayyan mahsulot (ish yoki xizmat) ishlab chiqaradigan mavjud korxonada innovatsion tadbirkorlik g'oyalari ilgari surish uchun shart-sharoitlarni yaratishni o'z ichiga oladi:

- ularni amalga oshirish uchun resurslar ajratilgan – intrapapital;
- g'oyani amalga oshirish va uni amaliy qo'llash uchun har tomonlama yordam ko'rsatiladi».

I.G. Lapustaning fikricha: «... (kompaniya ichidagi tadbirkorlik) mohiyati – ixtirolar, foydali modellar va boshqalarni sinab ko'rish uchun kichik innovatsion korxonalarining eng yirik kompaniyalarini tashkil etish».

Intrapreneurizatsiya paydo bo'lishi ko'plab yirik ishlab chiqarish tuzilmalari ishlab chiqarishni tashkil etishning tadbirkorlik shakliga o'tishi bilan bog'liq. Tadbirkorlik ijodiy erkinlikning majburiy bo'lishini nazarda tutganligi sababli, ajralmas ishlab chiqarish tuzilmalarining bo'linmalari harakat erkinligi huquqiga ega bo'ladi, bu esa korxonalar ichidagi tadbirkorlik asosini tashkil etuvchi va innovatsion faoliyat uchun ijtimoiy va tashkiliy sharoitlarni yaratish uchun zarur bo'lgan ichki kapitalning mavjudligini ham anglatadi. Tadbirkorlik ruhini yaratish uchun tashkilotning maqsad va vazifalarini tubdan qayta ko'rib chiqish zarur. Buning uchun xodimlarni rag'batlantirish usullarini o'zgartirish, qulay ishlab chiqarish muhitini yaratish va ishlab chiqarish madaniyatini oshirish kerak.

Intrapreneurizatsiya maqsadi quyidagilar hisobiga korxonaning samaradorligini oshirishdir:

• xodimlarning ijodiy potensialini faollashtirish va undan foydalanish;

- korxonalar resurslaridan foydalanish samaradorligini oshirish;
- o'zgaruvchan bozor ehtiyojlariga tezkor javob berish;
- turli xil yangiliklarni tezkor amalga oshirish (texnik, tashkiliy va hk);
- ishlab chiqarishni yanada rivojlantirish, uchinchi zamin yaratish.

Intrapreneurizatsiyani rivojlantirish uchun zarur shart-sharoitlar.

G.L.ga ko'ra Bagiyev va A.N. Asaul, firma ichidagi tadbirkorlikni rivojlantirish – intrapreneuring – quyidagi hollarda tadbirkorlik tashkilotida paydo bo'ladi:

1) korxonaning iqtisodiy inqirozi (korxonaning yashashi uchun mablag' olish zarurati);

2) korxonalar hayotining so'nggi bosqichi – eskirgan mahsulotlar va jihozlarning mavjudligi (korxonaning kelajakdagi rivojlanishi uchun zamin yaratish zarurati);

3) mavjud daromadga qo'shimcha foyda olish istagi (korxonada foydalanilmagan resurslar, shu jumladan yangi texnologiyalar mavjud bo'lganda).

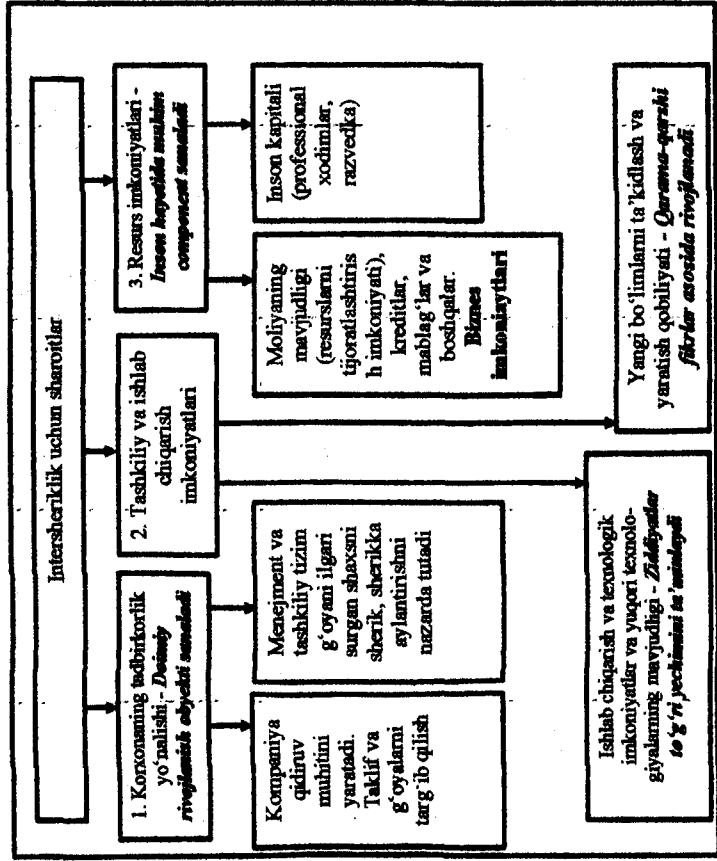
Bundan tashqari, sanab o'tilgan sabablar har qanday fors-major holati (tabiiy ofat, bartaraf etilishi kerak bo'lgan favqulodda vaziyat), shuningdek mahsulot innovatsiyalarini (narxsiz raqobat) rivojlantirish va rivojlantirish orqali ikkala mahsulotning raqobatbardoshligini oshirish zarurati bilan to'ldirilishi kerak. Shu jumladan texnologik innovatsiyalarni joriy etish orqali – yangi, innovatsion yechimlarni izlashga yo'naltirilgan tadbirkorlik ruhini yaratish.

Intersheriklik uchun sharoitlar.

Intrapreneurizmning shakllanishi uchun shartlar (8-chizmaga qarang):

1). Korxonaning tadbirkorlik faoliyati yo'nalishi – xodimlarni bir-birini tushunishga va bag'rikenglikka yo'naltirish va innovatsion faoliyatni rag'batlantirish uchun sharoit yaratish maqsadida unga mos keladigan tashkiliy madaniyatni, qadriyatlar, qoidalar va standartlar to'plami sifatida shakllantirish.

2). Tashkiliy va ishlab chiqarish qobiliyatlari, bu tadbirkorlik tashkilotining yuqori innovatsion va texnologik potensialining mavjudligini va yangi tadbirkorlik tuzilmalarini (vaqtincha ishlab chiqarish guruhlarini, amalga oshirish bo'limlari) yaratish, potensial bo'lishi mumkin bo'lgan ilmiy va texnik g'oyalarning korporativ ierarxiyasining barcha darajalarini aniqlash uchun. katta samara beradi.



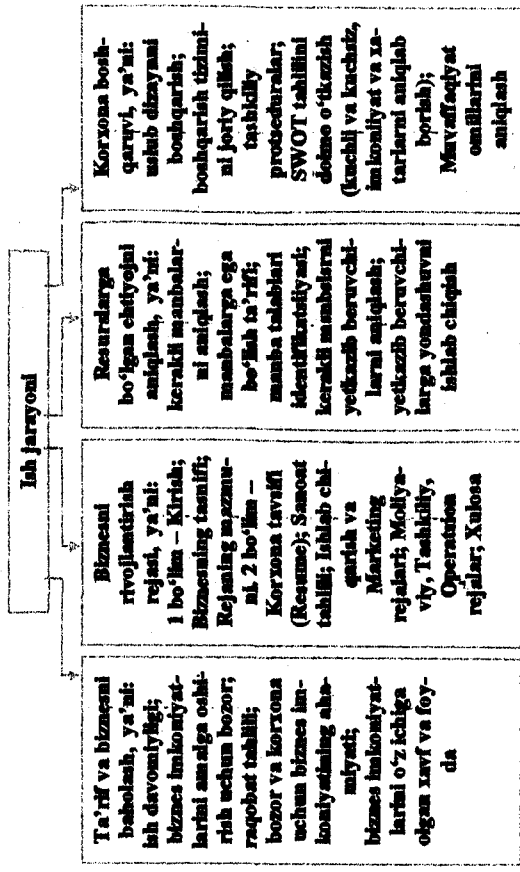
1.8-chizma. Intraprenerni yaratish shartlari

3). Resurs imkoniyatlari intrapreneurizatsiya rivojlanishining eng muhim shartlaridan biri bo'lib, yangi texnologiyalarni, uskunalarni ishlab chiqarishni yoki sotib olishni ta'minlaydigan moliyaviy va moddiy resurslarning mavjudligini, shuningdek, yangi narsalarni moslashuvchan idrok etishga yo'naltirilgan malakali kadrlarni nazarda tutadi.

1.3. Tadbirkorlik hodisa va jarayon sifatida. Tadbirkorlikning funksiyalari va tamoyillari

Tadbirkorlik mohiyatini yanada chuqurroq aniqlash uchun biz uni hodisa va jarayon sifatida ko'rib chiqamiz (1.9-chizma). Tadbirkorlik hodisa sifatida munosabatlarining kombinatsiyasi hisoblanadi. Siyosiy,

iqtisodiy, ijtimoiy, tashkiliy, tovarlar, xizmatlar ishlab chiqarish va foyda (daromad) olish, shuningdek iste'molchining ehtiyojlarini qondirish va shaxsning shaxsiy qadriyatlarini va ma'naviy ehtiyojlarini qondirish maqsadida biznesni (tadbirkorlik faoliyatini) tashkil etishga qaratilgan shaxsiy yondoshuv.



1.9-chizma. Biznes jarayonining sxemasi

Tadbirkorlik iqtisodiy hodisa sifatida bozor iqtisodiyoti iqtisodiy qonunlari (talab va taklif, raqobat, qiymat va boshqalar) hamda tovar ishlab chiqarish va aylanishning barcha vositalariga asoslangan holda tadbirkorlarning boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlar bilan munosabatlarining tovar xususiyatini aks ettiradi.

Jarayon sifatida tadbirkorlik tadbirkorning g'oyasi paydo bo'lishidan boshlab uni amalda amalga oshirishgacha bo'lgan doimiy, maqsadli harakatlardan iborat. Agar biz tadbirkorlikni keng ma'noda jarayon deb hisoblasak, unda bu yangi tadbirkorlik g'oyalarni qidirish va tahlil qilish, ayni paytda tadbirkor bozor ehtiyojlari va uning iqtisodiy foydalariga, g'oyalarni amalga oshirish uchun maqsadlarni shakllantirishga qaratilgan. Keyin g'oya yangi yoki samaraliroq mahsulot, iste'molchi tomonidan

talab qilinadigan va tadbirkorga foyda keltiradigan xizmatlarni yaratish maqsadida tadbirkorlik loyihasida amalga oshiriladi.

Ba'zi olimlarning fikricha, tadbirkorlik ham siyosiy vazifaga ega, uni odatda tadbirkorlar uyushmalari (birlashmalari) amalga oshiradilar. Tadbirkorlikning eng muhim funksiyasi – bu resurs. Tadbirkorlikni rivojlantirish ko'paytiriladigan va cheklangan resurslardan samarali foydalanishni o'z ichiga oladi va resurslarni ishlab chiqarishning barcha moddiy va nomoddiy sharoitlari va omillari deb tushunish kerak. Albatta, birinchi navbatda, mehnat resurslari (keng ma'noda), yer va tabiiy resurslar, ishlab chiqarishning barcha vositalari va ilmiy yutuqlar, shuningdek, tadbirkorlik qobiliyati. Agar u o'z biznesini tashkil etadigan ilmiy-texnik g'oyalar, faoliyat sohasidagi yangiliklar yaratishi, yuqori malakali ishchi kuchidan foydalanishi va barcha turdagi resurslardan samarali foydalanishi mumkin bo'lsa, tadbirkor yuqori natijalarga erishishi mumkin. Ammo tadbirkorlarning maksimal daromadiga (foydasiga) intilish ko'pincha resurslardan yirtqich foydalanishga olib keladi. Bunday tadbirkorlar o'z faoliyati bilan atrof-muhitga va jamoatga zarar yetkazadilar. Shu nuqtayi nazardan, qarama-qarshi va ikkilamchi xarakterga ega bo'lgan resurs vazifasini suiste'mol qilganlik uchun tadbirkorlarning javobgarlik shaklini belgilovchi davlatning tartibga soluvchi roli katta ahamiyatga ega.

Tadbirkorlikning funksiyalari

Tadbirkorlikning funksiyalari va tamoyillari. Rivojlangan bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlik tashkilotlari (kompaniyalar, firmalar), yakka tartibdagi tadbirkorlar, shuningdek tadbirkorlik tashkilotlarining murakkab birlashmalari majmui sifatida quyidagi funksiyalarni bajaradilar:			
ijodiy izlanish (innovatsion)	• resurs	• ijtimoiy	• tashkiliy

Tadbirkor, resurslarning egasi sifatida, ulardan oqilona foydalanishdan manfaatdor va shu bilan birga jamoat resurslariga nisbatan shafqatsiz bo'lishi mumkin. Bunga tadbirkorlikning rivojlanish tarixi va ilmiy va

texnologik inqiloblar tarixi, buning oqibatlari inson uchun qarama-qarshi bo'lganligi guvohlik beradi.

Tadbirkorlik byurokratik iqtisodiy boshqaruvning yangi turi sifatida ijodiy-izlanish, innovatsion funksiya bilan ajralib turadi, bu nafaqat tadbirkorlik faoliyati jarayonida yangi g'oyalarni qo'llash bilan, balki maqsadlarga erishish uchun yangi vositalar va omillarni ishlab chiqish bilan bog'liq. Tadbirkorlikning ijodiy funksiyasi boshqa barcha funksiyalar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, xo'jalik yurituvchi subyektlarning iqtisodiy erkinlik darajasi va boshqaruv qarorlarini qabul qilish shartlari bilan belgilanadi. Bozor iqtisodiyotini barpo etish jarayonida tadbirkorlik ijtimoiy funktsiyaga ega bo'lib, bu har bir qobiliyatli shaxsning o'z biznesi egasi bo'lish qobiliyatida namoyon bo'ladi, bu esa o'zlarining individual iste'dodlari va imkoniyatlarini namoyish etish uchun katta foyda keltiradi. Bu funksiya mustaqil iqtisodiy va iqtisodiy faoliyatga intilayotgan, o'z biznesini yaratishga qodir bo'lgan, atrof-muhitning qarshiligini yengib, o'z maqsadlariga erisha oladigan yangi odamlar qatlamini shakllantirishda ko'proq namoyon bo'ladi. Shu bilan birga, ish haqini oladiganlar soni ko'paymoqda, bu esa o'z navbatida tadbirkorlik firmalarining faoliyati qanchalik barqaror ekanligiga iqtisodiy va ijtimoiy bog'liqdir.

Ishbilarmonlik tashkilotlari qanchalik samarali faoliyat ko'rsatsa, ularning mablag'lari turli darajadagi byudjetlarga va davlat byudjetidan tashqari ijtimoiy jamg'armalarga oqimi sezilarli bo'ladi. Shu bilan birga, tadbirkorlikni rivojlantirish ish o'rinlari sonining ko'payishini, ishsizlik darajasining pasayishini va xodimlarning ijtimoiy mavqeyining oshishini ta'minlaydi.

Tashkiliy funksiya tadbirkorlar tomonidan o'z biznesini tashkil etish, uni diversifikatsiya qilish to'g'risida, korxonalar ichidagi tadbirkorlikni joriy etishda, tadbirkorlik menejmentini shakllantirishda, murakkab tadbirkorlik tuzilmalarini yaratishda, tadbirkorlik firmasining biznes strategiyasini o'zgartirishda va boshqalar to'g'risida mustaqil qaror qabul qilishida namoyon bo'ladi. Tashkiliy funksiya, ayniqsa, kichik va o'rta korxonalarining jadal rivojlanishida, shuningdek «jamoaviy (tarmoqli) tadbirkorlik» da, milliy korxonalarini yaratishda yaqqol namoyon bo'ladi. Binobarin, tadbirkorlikning mohiyati tsivilizatsiyalashgan tadbirkorlik subyektiv xususiyatiga ega bo'lgan, lekin ko'p

jihatdan tadbirkorlik faoliyati subyektlariga, tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va tartibga solish tizimiga bog'liq bo'lgan barcha o'ziga xos funksiyalarning kombinatsiyasida namoyon bo'ladi.

M.G.Lapustaning fikriga ko'ra rivojlangan bozor iqtisodiyotining hal qiluvchi omili umumiy iqtisodiy funktsiya bo'lib, u tadbirkorlik tashkilotlari va yakka tartibdagi tadbirkorlarning bozor subyekti sifatida tutgan o'rni bilan obyektiv ravishda belgilanadi. Tadbirkorlik faoliyati tovarlarni ishlab chiqarish (ishlarni bajarish, xizmatlarni ko'rsatish) va ularni aniq iste'molchilarga yetkazib berishga qaratilgan: uy xo'jaliklari, boshqa tadbirkorlar, birinchi navbatda, umumiy iqtisodiy funktsiyani belgilaydigan davlat. Bundan tashqari, tadbirkorlik faoliyati uning subyektlari tomonidan umumiy iqtisodiy funktsiyani namoyon qilish uchun obyektiv asos bo'lgan bozor iqtisodiyotining barcha iqtisodiy qonunlari (talab va talab, raqobat, qiymat va boshqalar) ta'siri ostida amalga oshiriladi.

Tadbirkorlikning jadal rivojlanishi iqtisodiy o'sish, yalpi ichki mahsulot va milliy daromadning o'sishini belgilovchi shartlardan biri bo'lib, bu omil iqtisodiy munosabatlar tizimida umumiy iqtisodiy funktsiyaning namoyon bo'lishi hamdir.

Tadbirkorlik tamoillari.

Tadbirkorlik faoliyatini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun quyidagi tamoillarga tayanish kerak:

- Mustaqillik, tanlov erkinligi, faoliyat yo'nalishlari va usuli.
- Faoliyat turini tanlash erkinligi (qonuniy cheklovlar mavjud).
- Faoliyat dasturini mustaqil ravishda shakllantirish, yetkazib beruvchilar va iste'molchilarni tanlash, narxlash.
- Xodimlarni bepul yollash.
- Tashqi iqtisodiy faoliyatni mustaqil amalga oshirish.
- Muvaffaqiyatga (foйда) erishishga e'tibor qarating.
- Moslashuvchanlik, samaradorlik.
- Yuridik shaxslar va fuqarolarning mol-mulki va mablag'larini xo'jalik faoliyatiga jalb qilish.
- Foydani bepul taqsimlash va undan foydalanish.

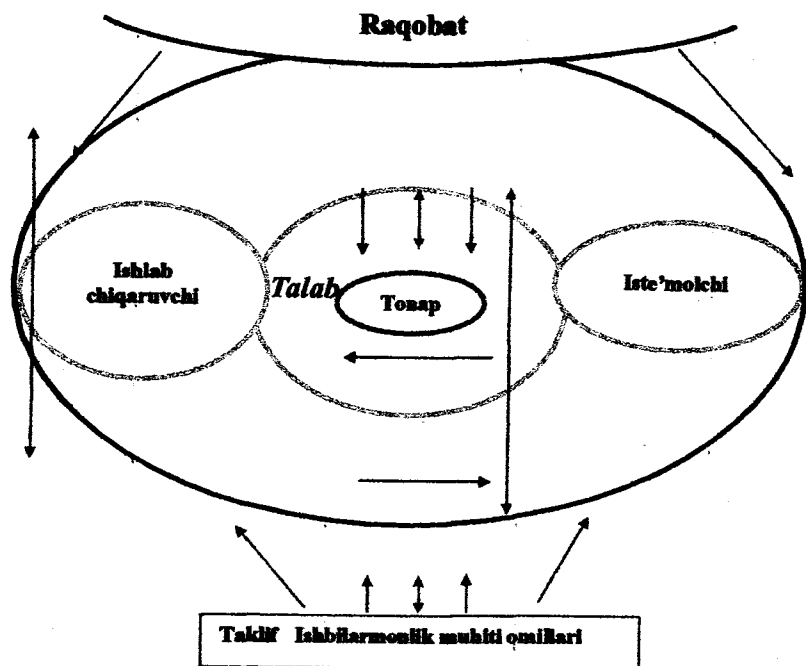
Biznes muhitining mohiyati.

Raqobat va biznes muhiti. Bozor iqtisodiyoti katta noaniqlik bilan ajralib turadi, bu esa tadbirkorlik faoliyatining to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatadigan tashqi va ichki omillarga bog'liq bo'lgan mavjud bo'lgan xatarlar bilan bog'liq.

Faol tadbirkorlik faoliyati uchun shart-sharoitlar – bu tadbirkorlarga o'z maqsadlariga erishish va vazifalarni hal etish imkonini beradigan obyektiv va subyektiv omillarning birikmasi. Faol ishbilarmonlik muhiti tadbirkorlarga ikkita asosiy shartni ta'minlashi kerak: Birinchisi - iqtisodiy faoliyat erkinligi; Ikkinchisi - tashkiliy va iqtisodiy yangilik. Rivojlangan bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlik muhiti qodir fuqarolarning tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishi uchun adolatli raqobatni ta'minlaydigan qulay ijtimoiy-iqtisodiy, siyosiy va fuqarolik-huquqiy vaziyatni yaratadi. Bozor biznes tizimi uchun raqobatning asosiy mazmuni iste'molchi uchun uning ehtiyojlarini qondirish orqali kurashdir. Raqobat, bozor sharoitida iste'molchini tadbirkorlik faoliyati samaradorligi va dolzarbligining o'ziga xos ko'rsatkichiga aylantiradi. Hozirgi paytda ko'plab obyektiv va subyektiv sabablarga ko'ra ko'plab xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyati raqobatdosh emas. Bozor tadbirkorlik subyektlarining raqobatbardoshligi pastligi milliy iqtisodiyotning rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Buning sabablaridan biri kam rivojlanganlikdir. Tadbirkorlikni rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish tizimlari. Bundan tashqari, tadbirkorlikni rivojlantirishga to'sinlik qiladigan asosiy muammolar qatorida ishbilarmonlik muhitining tashqi omillari saqlanib qolmoqda.

Raqobat, bozor iqtisodiyotining mohiyatini tavsiflovchi boshlang'ich toifadir. Raqobat bozor iqtisodiyotining asosi, iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish, mahsulot sifatini yaxshilash, ilmiy va texnik taraqqiyotni tezlashtirish, ishlab chiqarish tannarxi va narxlarni pasaytirishdir.

Iqtisodiy adabiyotlarda raqobat muayyan bozorda subyektlarning real iqtisodiy manfaatlarining to'qnashuvi natijasi ekanligi aniqlangan (1.10-chizma). Masalan, A. Smit raqobatni xulq-atvor kategoriyasi sifatida talqin qildi, bunda yakka tartibdagi sotuvchilar va xaridorlar bozorda ko'proq daromadli sotish va sotib olish uchun raqobatlashadilar (bu o'z ishtirokchilarining faoliyatini muvofiqlashtiradigan bozorning «ko'rinmas qo'li»).



1.10-chizma. Raqobat va ishbilarmonlik muhitining tashqi va ichki omillari o'rtasidagi munosabatni ochib beradigan mexanizm

K.R. McConell va S.L. Bru raqobat orqali tushunish – bozorda ko'plab mustaqil xaridorlar va sotuvchilarning mavjudligi, bozorga erkin kirish va undan chiqish imkoniyati. V. Ya. Gorfinkelning so'zlariga ko'ra, bozor tizimida raqobatning asosiy mazmuni iste'molchi uchun kurash, uning ehtiyojini to'liq qondirish, bozor ulushi uchun kurashda ifodalanadi, uning muvaffaqiyati tovarlarning narxi va sifatiga bog'liq. Raqobatning maqsadi – iloji boricha ko'proq foyda olish uchun kurash.

Raqobat – bu korxonalarining moliyaviy-xo'jalik faoliyati amalga oshiriladigan bozor muhitining yetakchi xususiyati. Davlat adolatli raqobatni qo'llab-quvvatlash va ijtimoiy ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va uning ijtimoiy yo'naltirilganligini ta'minlash maqsadida

monopolistik faoliyatni cheklash siyosatini olib bormoqda. Aniq-lanishicha, raqobat tashqi va ichki ishbilarmonlik muhitining omillariga ham ta'sir qiladi, ya'ni raqobat va ishbilarmonlik muhitining tashqi va (yoki) ichki omillari o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlaydigan mexanizm mavjud.

Boshqa tomondan, raqobat bir sohada ortiqcha mahsulot ishlab chiqarishni va boshqa sohada qo'shimcha ishlab chiqarishni keltirib chiqaradi. Ba'zi firmalarning moliya-xo'jalik faoliyati yanada foydali va foydaliroq bo'lib, boshqa firmalar esa, aksincha, bankrot bo'lishadi. Bularning barchasi mahalliy va global iqtisodiy inqirozlarga va shunga mos ravishda ijtimoiy inqirozga olib keladi. O'tgan asrning 30-yillarida Qo'shma Shtatlarning katta iqtisodiy tushkunligi va ortiqcha ishlab chiqarishni keltirib chiqargan hozirgi global iqtisodiy inqiroz bunga yorqin misoldir. avtomobilsozlik va qurilish sanoatida. Raqobat korxonalarini o'z faoliyatida ilmiy-texnikaviy taraqqiyotdan, yanada samarali va zamonaviy texnologiyalar va jihozlardan, ishlab chiqarish va mehnatni tashkil qilishning zamonaviy usullaridan foydalanishga majbur qilmoqda.

1.4. Tadbirkorlik va iqtisodiy erkinlik

Tadbirkorlik muhiti tashqi, ishbilarmonlarning o'zlaridan mustaqil va tadbirkorlar o'zlari tashkil etadigan ichki qismlarga bo'linadi. Tashqi ishbilarmonlik muhiti. Tashqi tadbirkorlik muhiti – bu tadbirkorlik faoliyatining o'ziga, shu jumladan uning shakllanishi va rivojlanishiga bevosita yoki bilvosita ta'sir etuvchi tashqi omillar va sharoitlar majmui. Tashqi tadbirkorlik muhiti bu tadbirkorlik faoliyatini tashqi tartibga solishning murakkab tizimidir, shuning uchun yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxslar uchun bu obyektivdir, chunki ular uni to'g'ridan-to'g'ri o'zgartira olmaydilar (masalan, federal qonunlar, tabiiy omillar va boshqalar), ammo ular o'z bizneslarini yuritishda hisobga olinishi kerak. Birinchidan, bu jamiyatning ham, davlat tomonidan nazorat qilinadigan boshqaruv organlarining ham korruptsiyasidir. Ikkinchidan, bozor munosabatlarini qurish uchun zamonaviy talablarga javob beradigan tadbirkorlikni davlat tomonidan yetarli darajada qo'llab-quvvatlanmayapti. Uchinchidan, bu tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan qonunchilik bazasi yetarli emas. Tadbirkorlik faoliyatini

tartibga solishda qonunlar alohida rol o'ynaydi, ularning asosida nafaqat bilvosita, balki to'g'ridan-to'g'ri tartibga solish ham amalga oshiriladi.

Tashqi ishbilarmonlik muhiti omillarini (bundan keyin – atrof-muhit) batafsil quyida keltirgan sxemada ko'rib chiqing:

Tashqi ishbilarmonlik muhitining omillari:

Xalqaro	Xalqaro musobaqalar. Dunyoda harbiy mojarolar (qaynoq nuqtalar). Terrorizm darajasi. Xalqaro ko'rgazmalar, konferensiyalar, ko'rgazmalar.
Siyosiy	Demokratiya darajasi. Ayrim mamlakatlarda olib borilayotgan siyosiy islohotlar. Mamlakatda korrupsiya darajasi va jinoiy vaziyat.
Iqtisodiy	Inflyatsiyaning o'rtacha yillik darajasi. Mamlakat moliyaviy tizimining darajasi. Bankning foiz stavkasi. Xususiy mulkning mamlakat umumiy mulkida ulushi. Tadbirkorlarni soliqqa tortish darajasi. Investitsion muhit. Soya va jinoiy iqtisodiyot darajasi.
Sotsial – demografik	Aholi migratsiyasi. Aholi daromadlari, ijtimoiy holati, ma'lumoti, jinsi bo'yicha tarkibi. Mintaqaning istiqbollari.
Huquqiy	Tadbirkorlikni rivojlantirish tamoyillariga javob beradigan huquqiy asos. Tadbirkorlikni tartibga soluvchi qonun hujjatlariga rioya etilishi ustidan prokuratura nazorati sifati.
Tashqi muhit	Atrof-muhit omillari Texnogen ofatlar. Alohida shahar va hududlar uchun ekotizim parametrlari. Atrof-muhitni muhofaza qilish dasturlarini davlat tomonidan moliyalashtirish darajasi (byudjet). Ekotizim holatini tartibga soluvchi huquqiy asos.

Ekologik	Texnogen ofatlar. Alohida shahar va hududlar uchun ekotizim parametrlari. Atrof-muhitni muhofaza qilish dasturlarini davlat tomonidan moliyalashtirish darajasi (byudjet). Ekotizim holatini tartibga soluvchi huquqiy asos.
Iqlimiy	Iqlim. Tabiiy ofatlar. Tabiiy resurslarning mavjudligi va ularning joylashuvi.
Ilmiy-texnik	Sanoat ishlab chiqarishi va qurilishni avtomatlashtirish darajasi. Mamlakatni kompyuterlashtirish darajasi. Xodimlarning umumiy sonida olimlar ulushi. Ilmiy xodimlarning moddiy ta'minoti.

Ba'zi olimlar kichik korxonalar uchun tashqi ishbilarmonlik muhitini ko'rib chiqmoqdalar. Shunday qilib, A. Xosking tadbirkorlikning makroiqtisodini va mikro muhitini aniqlaydi. Makroiqtisodiyot faoliyatning iqtisodiy, huquqiy, siyosiy, ijtimoiy-madaniy, texnologik, jismoniy (geografik) sharoitlarini o'z ichiga oladi. Mikro-muhit tadbirkorlikning institutsional tizimini o'z ichiga oladi. Solodkov M.V. 1995-1998 yillardagi statistik ma'lumotlar asosida tadqiqot o'tkazdi. Ushbu tadqiqot mehnat unumdorligiga (har bir kishi uchun daromad) bag'ishlangan. Bunday xavflar: siyosiy, jinoiy, ekologik, ijtimoiy.

M.V. Solodkov hududiy deputatlar faoliyatiga ushbu hududda yashovchi aholi zichligi kabi omillar ta'sir ko'rsatishi aniqlandi (korrelyatsiya koeffitsiyenti 0,28); qishloq aholisining umumiy aholi sonidagi ulushi (korrelyatsiya koeffitsiyenti -0,36), mehnat unumdorligi (korrelyatsiya koeffitsiyenti 0,34 dan 0,41 gacha), institutsional salohiyat (korrelyatsiya koeffitsiyenti 0,21 dan 0,40 gacha), intellektual salohiyat (korrelyatsiya koeffitsiyenti 0,35).

V.G.Basareva MB segmentida ishchi kuchiga nisbatan talab hududlarning institutsional zaifligi va mintaqaviy elitaning konservativ munosabati tufayli yuzaga keladigan xavf darajasidagi mintaqaviy tafovutlar ta'sir etayotganligini isbotlaydi. Kutilayotgan xavflardagi tafovut odamlarning biznesni yuritish qoidalariga bo'lgan ishonchining turli darajalariga olib keladi.

Jahon bankining 69 mamlakatda o'tkazilgan so'nggi tadqiqotlaridan biri, unda 3,600 tadbirkor so'rov o'tkazilgan bo'lib, barcha mamlakatlarda

institutsional to'siqlar mavjud, ammo individual omillarning ahamiyati boshqacha.

MP rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni obyektiv (tadbirkorning xohishiga, uning xohishiga bog'liq bo'lmagan) va subyektivga bo'lish mumkin. Obyektiv omillarga aholi zichligi, hududiy omil, mintaqaning potentsiali, mintaqaviy filiallar tarkibi kiradi. Tadbirkor faqat ushbu omillarga moslasha oladi, ularning rivojlanish yo'nalishlarini baholaydi va bashorat qiladi va ularning o'zgarishiga moslashadi.

Subyektiv omillarga kriminogen xavf, tadbirkor uchun ma'muriy to'siqlar, raqobat muhiti va boshqalar kiradi.

Yangi kichik firmalarning rivojlanishi va paydo bo'lishiga ta'sir etuvchi omillar.

Yangi kichik firmalarning rivojlanishi va paydo bo'lishiga ta'sir etuvchi omillar sifatida mualliflar quyidagilarni ta'kidlashadi:

- inson kapitali;
- korxonani yaratishda xarajatlar darajasi, shu jumladan tranzaksion xarajatlar darajasi;
- iqtisodiyotning tarmoq tuzilmasi, qurilish, chakana savdo, xizmat ko'rsatish kabi barqaror bo'lmagan tarmoqlarning ulushi;
- ishlab chiqarish omillari, bozor infratuzilmasi, tadqiqot va ishlanmalar, axborot, innovatsiyalar, yangi texnologiyalardan foydalanish;
- davlat hokimiyati tomonidan tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash yoki uning yetishmasligi;
- tadbirkorlikka ishonchni rivojlantiruvchi ijtimoiy normalar.

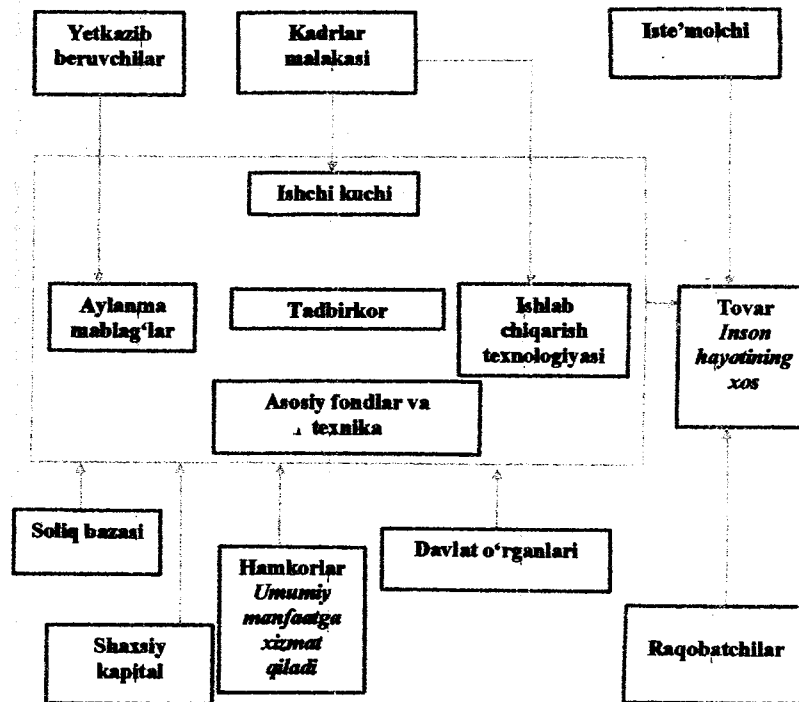
Ushbu omillar, tadbirkor ularni o'zgartirish va ta'sir qilish qobiliyatiga ega, ya'ni ichki tadbirkorlik muhiti. Ichki muhitning omillari to'g'ridan-to'g'ri biznes tuzilmalarining moliyaviy-iqtisodiy faoliyati va ushbu faoliyat natijasida yuzaga keladigan munosabatlar, aloqalar bilan bog'liq. Ular quyidagilardir.

Ichki biznes muhiti.

Integratsiyalashgan tizim sifatida ichki biznes muhiti quyidagi quyi tizimlarni o'z ichiga oladi:

- kapitalning mavjudligi;
- huquqiy shaklni tanlash;
- faoliyat mavzusini tanlash;
- sheriklarni tanlash;
- bozorni bilish;
- kadrlarni tanlash va boshqarish va boshqalar.

Tadbirkorlik faoliyatini tartibga soluvchi qonunlar va me'yoriy-huquqiy hujjatlarga rioya etilishini ichki muhitning omili sifatida ham ko'rish mumkin. Ichki tadbirkorlik muhiti, shuningdek, tadbirkorlik tashkiloti faoliyati uchun ichki sharoitlarning yig'indisi bilan belgilanadi (1.11-chizma).



1.11-chizma. Ichki sharoitlar va tadbirkorlik faoliyati

Ma'lum bo'lishicha, ichki ish muhiti tabiatan subyektivdir va ko'p jihatdan egasiga (rahbarga), ya'ni. uning malakasi va xodimlarni boshqarish qobiliyati, o'zgaruvchan vaziyatlar, tashqi va ichki ta'sirlar. Ko'p jihatdan, ichki biznes muhiti jamoada hukm suradigan axloqiy va ruxiy muhitga bog'liq. Ichki omillar nafaqat moddiy shaklga, balki ma'naviy tarkibiy qismga ham ega bo'lishi kerak bo'lgan xodimlarning motivatsiyasini o'z ichiga olishi kerak.

Ushbu yo'nalishda, shubhasiz, rossiyalik ishbilarmonlar uchun amaliy qiziqish yaponiyalik tadbirkor K.Tateisining ichki tadbirkorlik muhitini shakllantirish tajribasi bo'lib, u bu haqda «Tadbirkorlikning abadiy ruhi» kitobida aytib o'tgan. Tateisida muvaffaqiyatga erishishga imkon beradigan «Omron» da samarali, oqilona boshqaruvning mohiyati har bir xodimga yetarlicha pul topish, o'z ishidan qoniqish hissi va korxonani boshqarishda ishtirok etish imkoniyatini berishdir.

Xodimlarning samarali ishlashi va shunga mos ravishda kompaniya xodimning mehnat sharoitlari juda katta ahamiyatga ega (1.12-chizma).

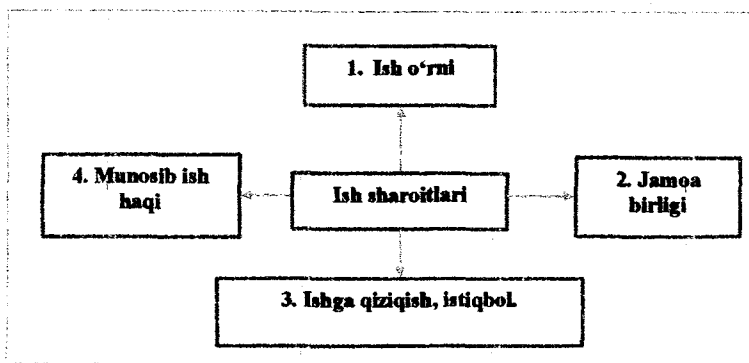
Mehnat sharoitlari to'plami xodimning quyidagi talablaridan iborat:

a) Ish joyi toza, zarur jihozlar, aloqa vositalari bilan jihozlangan, kerak bo'lsa kompyuterlashtirilgan va hokazo;

b) Jamoada barqaror axloqiy va ruhiy muhit, xodimning ehtiyojlari va talablariga javob beradigan idrok etiladigan boshqaruv tizimi bo'lishi kerak;

d) Xodim uchun ishlash qiziqarli, dolzarb va istiqbolli bo'lishi kerak;

e) Xodimning ishi uning malakasi, tirishqoqligi va sadoqati asosida munosib ravishda to'lanishi kerak.



1.12-chizma. Samarali ish sharoitlari

Muvaffaqiyatli tadbirkorlik faoliyati uchun sog'lom biznes-rejani ishlab chiqish, qabul qilingan xatrlarning kelib chiqish oqibatlarini bashorat qilish va hisoblash, yangi texnologiyalarni joriy etish, faoliyatni diversifikatsiya qilish, kompaniyani rivojlantirishning to'g'ri strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish alohida ahamiyatga ega. Ichki muhitning omillari, shuningdek, tadbirkorlar va yollangan menejerlar

tomonidan ushbu turdagi faoliyatni tartibga soluvchi qonunlar va normativ hujjatlarga yoki tadbirkorlik tashkilotining tegishli huquqiy shakllariga qat'iy rioya qilishni o'z ichiga olishi kerak.

Iqtisodiy erkinlik tadbirkorlikni rivojlantirish uchun hal qiluvchi shartlardan biridir. Jamiyatda iqtisodiy erkinliklar mavjud bo'lgan taqdirda, har bir qonunga bo'ysunuvchi fuqaro o'z qobiliyatidan, imkoniyatlaridan foydalanib, o'z mulkidan foydalangan holda (faol ravishda) faol iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanish huquqiga ega. Iqtisodiy erkinlikning mohiyati vakolatli tadbirkorlik subyektlariga tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish huquqini beradigan davlat kafolatlaridir.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Kichik biznes, Tadbirkorlik, Biznes muhit, Huquqiy asos, Iqtisodiy erkinlik, Ishbilarmonlik muhiti, Xo'jalik yurituvchi subyekt, Tashabbuskor.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. Tadbirkorlik bu nima?
2. Tadbirkorlikning funksiyalari va tamoyillarining mohiyati.
3. Tadbirkorlik shartlarini sanab bering.
4. Tadbirkorlikning umumiy iqtisodiy funksiyasi.
5. Tadbirkorlik fenomen va jarayon sifatida.
6. Tadbirkorlikning tashkiliy funksiyasi.
7. Tadbirkorlik asoslari.
8. Intrapreneuring nima.
9. Intraprenevrizmni shakllantirish shartlari.
10. Ishbilarmonlik muhitini aniqlash nimani anglatadi?
11. Tashqi ishbilarmonlik muhiti ichki muhitdan tubdan qanday farq qiladi?
12. Tashqi ishbilarmonlik muhitining asosiy quyi tizimlarini aytib bering.
13. Ichki ishbilarmonlik muhitining asosiy omillari nimalardan iborat?
14. Tadbirkorlikni rivojlantirish uchun shart-sharoitlardan biri nima? Qisqacha tavsif bering.
15. Iqtisodiy erkinlik haqida tushuncha bering.
16. Rossiyadagi ma'muriy to'siqlar darajasini aytib bering.
17. Raqobat turlari.

2. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TURLARI VA SHAKLLARI

- 2.1. Biznes tasnifi.
- 2.2. Tadbirkorlik faoliyatining turlari.
- 2.3. Innovatsion tadbirkorlik.

2.1. Biznes tasnifi

O'zbekistonning, boshqa har qanday mamlakat kabi, iqtisodiyotning bozor munosabatlariga o'tish muqarrar ravishda tadbirkorlikning shakllanishi va rivojlanishi bilan bog'liq. Shuning uchun umuman iqtisodiyot va xususan bozor iqtisodiyoti haqida gap ketganda, muqarrar ravishda iqtisodiy faoliyatning ajralmas qismi sifatida tadbirkorlikka e'tibor qaratish kerak.

Iqtisodiyotning turli segmentlaridagi tadbirkorlik shakli va ayniqsa, operatsiyalar mazmuni va ularni qanday amalga oshirish borasida farq qiladi. Tadbirkor o'zi tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishi mumkin. Shuningdek, u tayyor mahsulotni sotib olishi va uni iste'molchi sifatida qayta sotishi mumkin. Va nihoyat, tadbirkor faqat ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarni, sotuvchilar va xaridorlarni birlashtirishi mumkin.

Tadbirkorlik nazariyasida tadbirkorlikni tasniflashga imkon beradigan xususiyatlarni belgilashda ham, ushbu xususiyatlarning miqdoriy va miqdoriy xususiyatlarini aniqlashda turli xil yondashuvlar mavjud, shuning uchun ko'pincha ma'lum bir biznes faoliyatini u yoki bu turga ajratish nisbatan bo'lishi mumkin. «Xiralashish», haddan tashqari umumlashtirilgan. Tadbirkorlik faoliyati turlarini (turlarini) belgilashda tadbirkorlik faoliyati obyektini, uni amalga oshirishning qonuniyligi, yakuniy natijalar, o'sish sur'atlari, innovatsiyalarni joriy etish va boshqalar hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Xususiy va davlat tadbirkorligi.

Tadbirkorlik iqtisodiy faoliyatning alohida shakli sifatida ham davlat, ham iqtisodiyotning xususiy sektorlarida amalga oshirilishi mumkin. Shunga ko'ra korxonalar quyidagicha farqlanadi:

- a) davlat korxonasi;
- b) xususiy korxonalar.

Davlat tadbirkorligi bu korxonalar nomidan tashkil etiladigan xo'jalik faoliyatining shakli:

a) amaldagi qonunchilikka muvofiq davlat mulkini boshqarish vakolatiga ega bo'lgan davlat organlari (davlat korxonasi);

b) mahalliy hokimiyat organlari (kommunal korxonalar).

Tadbirkorlik faoliyati turli mezonlarga ko'ra tasniflanadi (2.1-chizma):

1	Birinchidan. Mulkchilik shakllari - xususiy (individual va jamoaviy), davlat (unitar va budget tashkilotlari)
2	Ikkinchidan. Qonuniyligi - qonuniy, noqonuniy va soxta biznes
3	Uchinchidan. Hududiylik - (mahalliy, mintaqaviy, milliy, xalqaro va global)
4	To'rtinchidan. Ta'sischi tarkibi - ayollar va yoshlar
5	Beshinchidan. Rivojlanish sur'ati va rentabellik darajasi
6	Oltinchidan. Ishchilar soni
7	Yettinchidan. Yuqori rentabellik va past rentabellik

2.1-chizma. Tadbirkorlik faoliyatining mezonlarga ko'ra tasniflanishi

Mamlakatdagi davlat korxonasi bozor munosabatlarning subyektini sifatida alohida shaklga ega bo'ldi. Davlat korxonasi iqtisodiy funktsiyadan tashqari siyosiy funktsiyaga ega bo'lib, u bir necha shakllarda namoyon bo'ladi: davlatning ijtimoiy siyosatida «ixtiyoriy» ishtirok etish; xalqaro munosabatlarni «tartibga solish» va boshqalar.

Bunday korxonalar mulkchilik davlat yoki kommunal mulkning bir qismini, byudjet mablag'larining bir qismini va boshqa manbalarni ajratish shakli hisoblanadi. Bunday korxonalar muhim xususiyati shundaki, ular o'z majburiyatlari bo'yicha faqat ularga tegishli bo'lgan mol-mulk bilan javob berishadi, ya'ni davlat ularning majburiyatlari

bo'yicha javob bermaydi va ularning o'zlari ham davlatning majburiyatlari bo'yicha javobgar bo'lmaydi.

Xususiy korxonalar – bu korxonalar nomidan (agar u shunday ro'yxatga olingan bo'lsa) yoki tadbirkor nomidan xo'jalik faoliyatini amalga oshirish shakli (agar bunday faoliyat ishchi kuchini jalb qilmasdan, yakka tartibdagi mehnat faoliyati shaklida amalga oshirilsa).

Albatta, ushbu turlarning har biri – davlat va xususiy tadbirkorlik o'ziga xos xususiyatlarga ega, ammo ularni amalga oshirishning asosiy prinsiplari deyarli bir xil. Ikkala holatda ham, bunday tadbirlarni amalga oshirish tashabbuskorlik, mas'uliyat, innovatsion yondashuvni, daromadni maksimal darajada oshirishni talab qiladi. Ikkala tadbirkorlikning tipologiyasi o'xshashdir.

O'sish sur'ati, daromadlilik darajasi va daromadlilik darajasi jihatidan tadbirkorlik tashkilotlarini tez rivojlanayotgan, sekin o'sib boradigan o'sish sur'atlariga, biznesning past xavfli va juda xavfli turlarini amalga oshiradigan yuqori rentabelli va past rentabelli kompaniyalarga va shuning uchun tegishli kompaniyalarga bo'lishingiz mumkin, garchi siz to'g'ridan-to'g'ri baho qo'yolmaysiz. Korxonalar turi va ma'lum bir kompaniyaning xavf darajasi o'rtasidagi tenglik, chunki uning faoliyatining yakuniy natijalari darajasiga omillar to'plami ta'sir qiladi.

Tadbirkorlik tashkilotlari qatnashchilarining (muassislarining) o'z faoliyati natijalari uchun javobgarlik shakllariga ko'ra, tashkilotlar to'liq javobgarlik, shuningdek, qo'shma va bir qator javobgarlik bilan ajralib turadi. Yaratish mexanizmi bo'yicha, muassislar (ishtirokchilar) somi, faoliyat va boshqarish jarayonlarini sodda va murakkab tadbirkorlik tashkilotlari taqsimlashlari kerak.

2.2. Tadbirkorlik faoliyatining turlari

Tadbirkorlik faoliyati mazmuni va yo'nalishiga, kapitalni qo'llash obyekti va o'ziga xos natijalarga erishishga qarab quyidagi tadbirkorlik turlari ajratiladi. (2.1-jadval).

Tadbirkorlik faoliyati turlari

2.1-jadval

Ishlab chiqarish	Tijorat-savdo	Moliya-kredit	Maslahat
-Innovatsion -Ilmiy-texnik -Mahsulot ishlab chiqarish -Xizmatlar ko'rsatish -Tovarlarni ishlab chiqarish iste'moli -Xizmatlarni ishlab chiqarish iste'moli -Axborot	-Savdo -Savdo-sotiq -Savdo vositachilik -Tovar birjalari	- Bank - Sug'urta - Auditorlik - Lizing - Fond birjalari	- Umumiy boshqaruv - Administrativ - Moliyaviy boshqaruv - Kadrlar boshqaruvi - Marketing - Axborot texnologiyalari

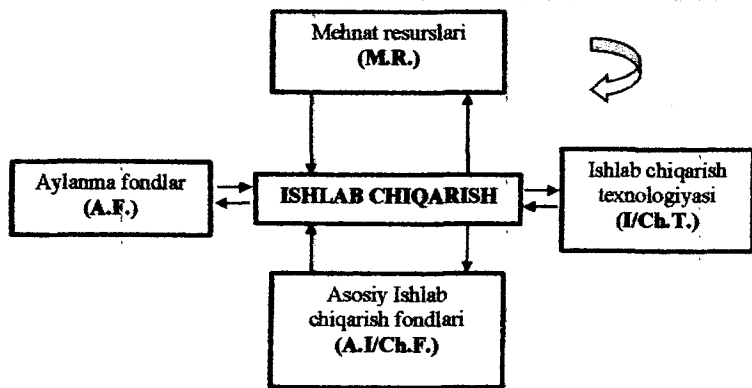
Tadbirkorlik faoliyatining bir necha asosiy turlari mavjud. Ular: sanoat, tijorat, moliyaviy-kredit, vositachilik, sug'urta.

Ishlab chiqarish korxonasi. Agar tadbirkorning o'zi bevosita mehnat omillari sifatida vositalar va ishchi kuchidan foydalanib, keyinchalik iste'molchilarga, xaridorlarga va savdo tashkilotlariga sotish uchun mahsulotlar, tovarlar, xizmatlar, ma'lumot, ma'naviy qadriyatlarini ishlab chiqarsa, ishlab chiqarish tadbirkorligi deb ataladi. Ishlab chiqarish korxonasi sanoat va qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish, iste'mol tovarlari, qurilish materiallari, yuk va yo'lovchilar tashish, aloqa xizmatlari, kommunal va maishiy xizmat, axborot, ilmiy kitoblar, jurnallar, gazetalarni nashr etishni o'z ichiga oladi.

Sanoat tadbirkorligi moddiy ishlab chiqarish sohasida amalga oshirilganligi sababli, u iqtisodiy faoliyat sohasiga qarab sanoat, qurilish, qishloq xo'jaligi va hokazolarga bo'linadi. Shunga ko'ra, tadbirkorlik sub-sektorlar bilan ajralib turadi, masalan sanoatda, tadbirkorlik faoliyati mashinasozlik, stanoksozlik va boshqalarga ajraladi.

Sanoat tadbirkorligi mutlaqo mustaqil emas (tadbirkorlik faoliyatining boshqa turlaridan mustaqil), ammo iqtisodiy o'sish va jamiyatning ijtimoiy rivojlanish darajasi uning rivojlanishiga bog'liq.

Ichki ishlab chiqarish jarayoni (sotuv amalga oshirilmasidan) sxematik ravishda 2.1-chizmada ko'rsatilgan.



2.2-chizma. Ishlab chiqarish jarayonining sxematik diagrammasi (ichki halqa).

Ishlab chiqarish jarayonining o'zi normal ishlashi uchun quyidagilar zarur:

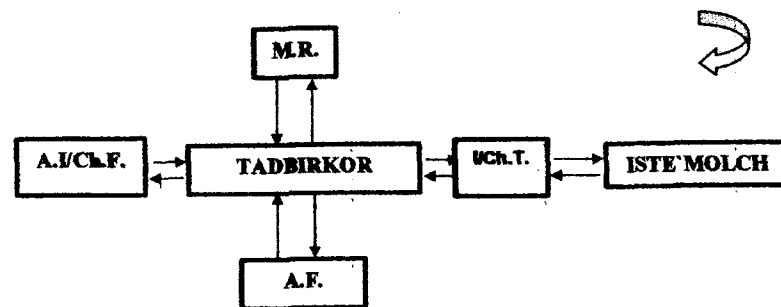
Birinchi – ish xonalari, mashinalar, asbob-uskunalar, asboblarning ko'rinishidagi asosiy ishlab chiqarish vositalari (A.I/CH.F.). Tadbirkor ushbu fondlarga o'zi egalik qiladi yoki boshqalardan ijaraga oladi.

Ikkinchi – mehnat resurslari (ishchi kuchi) (MR). Tadbirkorning o'zi MR sifatida harakat qilishi mumkin, yoki yollangan ishchilardan ularning soniga, tovar ishlab chiqarilgan vaqtidagi ish vaqtiga qarab maosh to'lash evaziga foydalanishi mumkin.

Uchinchi – aylanma mablag'lar (mehnat obyektlari) (AM), ya'ni tovarlar ishlab chiqarishda zarur bo'lgan materiallar (xomashyo, asosiy va yordamchi materiallar, yoqilg'i-energetika resurslari, ta'mirlash uchun ehtiyot qismlar).

To'rtinchi – ishlab chiqarish texnologiyasi (I/CH.T.) – tovarlarni ishlab chiqarish bo'yicha mahorat, ko'nikma, tajriba.

Ishlab chiqarish tadbirkorligining ma'nosi iste'molchilarga zarur bo'lgan har qanday foydali mahsulot (tovar) yaratishdir, shu bilan birga ishlab chiqarilgan mahsulot iste'molchi tomonidan talab qilinishi kerak, ya'ni sotilishi yoki boshqa tovarlarga almashtirilishi kerak (2.3-chizma).



2.3-chizma. Ishlab chiqarish korxonasiining prinsipial sxemasi

Ishlab chiqarish korxonasi tadbirkor tomonidan iste'molchiga sotiladigan tovarlarni (T) chiqarish bilan yakunlanadi. Natijada, tadbirkor o'zining ishlab chiqarish va sotish hajmiga, sotilgan tovarlar narxiga qarab, tovarlarni sotishdan o'zining tadbirkorlik daromadini (foydasini) oladi.

Sanoat tadbirkorligi jarayonida boshqa xarajatlar, xususan, ma'lumot olish, materiallar va tayyor mahsulotlarni saqlash va tashish, asbob-uskunalar va binolarni ta'mirlash, aloqa xizmatlari va boshqa xarajatlar ham kelib chiqadi.

Ta'kidlash joizki, milliy iqtisodiy nuqtayi nazardan, sanoat tadbirkorligi eng muhimdir, chunki iqtisodiy o'sish va jamiyatning ijtimoiy rivojlanish darajasi sanoat tadbirkorligining rivojlanishiga bog'liq va bu iqtisodiyotning ishlab chiqarish salohiyati bilan bog'liq.

Sanoat tadbirkorligi eng xavfli biznes turlaridan biri hisoblanadi, chunki u katta moliyaviy investitsiyalarni, maxsus bilimlarni va asosiy vositalarning mavjudligini talab qiladi. Xavf tomonlaridan biri bu ishlab chiqarilgan mahsulotni sota o'lmaslikdir. O'zbekistonda ishlab chiqarish biznesining sust rivojlanishi ba'zi manbalarning mavjud emasligi, ichki motivatorlarning yo'qligi va yangi ishbilardonlarning malakasi pastligi, qiyinchiliklardan qo'rqish va daromad olishning oson usullari va manbalari mavjudligi bilan bog'liq. So'nggi yillarda sanoat tadbirkorligini shakllantirish va rivojlantirishdagi asosiy muammolardan biri malakali kadrlar, birinchi navbatda ishchilar va o'rta darajadagi texnik mutaxassislarining yetishmasligi bo'lib kelmoqda.

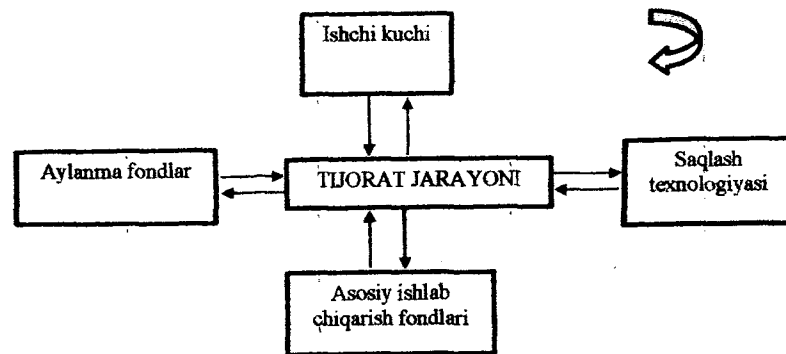
Tijorat (savdo) tadbirkorlik. Ishlab chiqarish faoliyati tijorat (savdo) sohasidagi biznes bilan chambarchas bog'liq. Axir, ishlab chiqarilgan mahsulotlar sotilishi kerak.

Tijorat tadbirkorlik – tez rivojlanayotgan tadbirkorlikning asosiy turlaridan biri hisoblanadi. Tijorat tadbirkorligini tashkil etish prinsipi ishlab chiqarishdan farq qiladi, chunki tadbirkor tovar ishlab chiqarmaydi, faqat tayyor mahsulotni o'zi ishlab chiqaruvchidan sotib olib, iste'molchiga (xaridorga) sotadi.

Tijorat faoliyatida mahsulot va uni sotish tadbirkor uchun biznesni belgilovchi asosiy omil hisoblanadi. Bunday biznesning iqtisodiy manfaati shundaki, tadbirkor tovarlarni arzonroq narxlarda sotib oladi va uni yuqori narxlarda sotadi. Narxlardagi tafovut, sotish hajmi va kam xarajatlar, sof tadbirkorlik daromadining miqdorini aniqlaydi. Ichki tijorat jarayonining sxemasi 2.4-chizmada yoritilgan.

Savdo qilishda tadbirkor quyidagilarni e'tiborga olishi kerak:

- operatsiya qatnashchilarining, jalb qilingan xodimlarning va ishchilarning mehnat xarajatlari;
- tovarlarni tashish va saqlash bilan bog'liq tadbirkorlik xarajatlari;
- savdo binolari va jihozlarini ijaraga berish va ularga xizmat ko'rsatish xarajatlari. Agar ular tadbirkorga tegishli bo'lsa, unda amortizatsiya xarajatlarga kiritiladi;
- soliq va boshqa to'lovlar.



2.4-chizma. Savdo jarayonining sxematik diagrammasi (ichki halqa)

Agar sanoat ishlab chiqarishida tadbirkorlik faoliyatining maqsadi tovarlarni ishlab chiqarish va ularni keyinchalik sotish bo'lsa, tijorat tadbirkorligida faoliyatning maqsadi tovarlarni sotib olish, ularning xavfsizligi va keyinchalik sotish hisoblanadi.

Tijorat tadbirkorligini amalga oshirish uchun quyidagilar zarur (2.5-chizma):

Birinchisi, asosiy ishlab chiqarish fondlari (A.I.C.H.F) (omborlar, chakana binolar, savdo uskunolari, tovarlarni tashish uchun transport vositalari).

Ikkinchisi – mehnat resurslari (MR).

Uchinchisi – ishlab chiqaruvchidan yoki vositachidan sotib olingan tovarlar.

To'rtinchidan, yetkazib berish va saqlash texnologiyasi.

Tijorat faoliyatining barcha sikli bir necha bosqichlardan iborat:

1-bosqich. Tovarlarni qidirish va sotib olish.

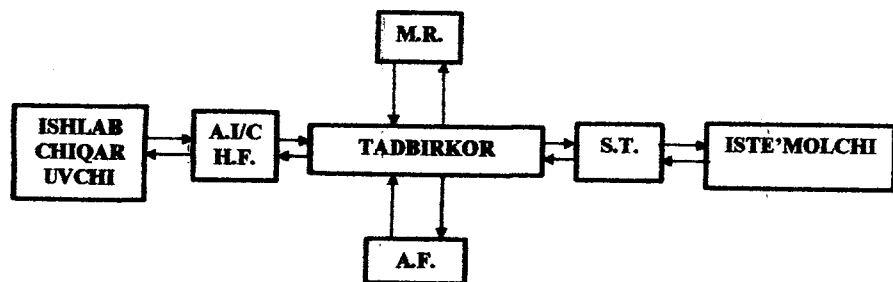
2-bosqich. Saqlash. Tovarlarning xavfsizligini ta'minlash.

3-bosqich. Tashish, tovarlarni savdo nuqtalariga yetkazib berish.

4 bosqich. Tovarlarni sotish (realizatsiya), savdo bitimlarining hujjatlari.

5-bosqich. Sotish va sotishdan keyingi xizmat (uyga yetkazib berish, o'rnatish va nuqsonlarni bartaraf etish).

Tijorat tadbirkorlik obyekti bo'lib quyidagilar hisoblanadi: do'konlar, bozorlar, birjalar, savdo ko'rgazmalari, kim oshdi savdolari, savdo uylari, savdo bazalari.



2.5-chizma. Tijorat tadbirkorligining sxematik diagrammasi

Tadbirkorlikning ushbu turi bilan muvaffaqiyatli shug'ullanish uchun siz iste'molchilarning talablarini bilishingiz, uning ehtiyojlariga tezda javob berishingiz, tegishli mahsulotlar yoki ularning o'xshashlarini taklif qilishingiz kerak. Savdo biznesi yanada harakatchan, o'zgaruvchan, chunki bu aniq iste'molchilar bilan bevosita bog'liqdir.

Vositachilik tadbirkorlik faoliyati.

Tadbirkorlik faoliyatining tijorat-savdo turiga tadbirkorlik faoliyati tarkibiga qarab, vositachilik faoliyati ham kiradi. Vositachilik tadbirkorligida tadbirkor tovar ishlab chiqarmaydi yoki sotmaydi, balki tovar almashinuvi jarayonida vositachi, ya'ni bo'g'in vazifasini bajaradi.

Vositachi – bu o'z manfaatlarini emas balki ishlab chiqaruvchi yoki iste'molchining manfaatlarini ifoda etuvchi shaxs (yuridik yoki jismoniy) hisoblanadi. Vositachilar o'zlari mustaqil ravishda biznes yuritishlari yoki bozorda ishlab chiqaruvchilar yoki iste'molchilar nomidan harakat qilishlari mumkin. Bozorda ulgurji vositachilik tashkilotlari, vositachilar, dilerlar, distribyutorlar, birjalar, ma'lum darajada tijorat banklari va boshqa kredit tashkilotlari vositachilik faoliyati bilan shug'ullanuvchi tashkilotlar sifatida ishtirok etadilar. Vositachilik tadbirkorlik faoliyati ko'p jihatdan juda xavfli hisoblanadi, shuning uchun vositachi tadbirkor shartnomada narx darajasini, vositachilik operatsiyalarini amalga oshirishda xavf darajasini hisobga olgan holda belgilaydi. Vositachilik

tadbirkorlik faoliyatining asosiy vazifasi va predmeti o'zaro bitim tuzishdan manfaatdor bo'lgan ikki tomonni birlashtirishdir. Demak, vositachilik bu tomonlarning har biriga xizmat ko'rsatishni o'z ichiga oladi deb hisoblash uchun asos bor. Bunday xizmatlarni taqdim etish orqali vositachi daromad, foyda oladi.

Vositachilik tadbirkorlik faoliyati ishlab chiqaruvchi va iste'molchining iqtisodiy manfaatlarini qisqa vaqt ichida uyg'unlashtirishga imkon beradi. Vositachilik, ishlab chiqaruvchi nuqtayi nazaridan, samaradorlik darajasini oshiradi, chunki bu o'z faoliyatini faqat ishlab chiqarishga yo'naltirish, iste'molchiga tovarlarni reklama qilish funksiyalarini topshirishga imkon beradi. Bundan tashqari, ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi munosabatlarga vositachining kiritilishi kapitalning aylanish davrini sezilarli darajada qisqartiradi, ya'ni bu ishlab chiqarish rentabelligini oshiradi.

Moliya va kredit faoliyati.

Keyingi faoliyat turi moliyaviy-kreditdir.

Moliyaviy tadbirkorlik – bu tijorat tadbirkorligining maxsus shakli bo'lib, unda valuta boyliklari, milliy pullar va qimmatli qog'ozlar (aksiyalar, obligatsiyalar va boshqalar) tadbirkor tomonidan xaridorga sotiladi yoki unga kredit asosida taqdim etiladi.

Bunga, boshqa pullar uchun qimmatli qog'ozlar, chet el valutasini va qimmatli qog'ozlarni sotish va almashtirishning barcha xilma-xilligini qamrab oladigan kutilmagan operatsiyalar kiradi. Moliyaviy tadbirkorlik faoliyatining mohiyati shundan iboratki, tadbirkor tadbirkorlikning asosiy omilini ma'lum summa evaziga boshqa tadbirkorlardan pul mablag'larning har hil (pul, valuta, qimmatli qog'ozlar) shaklida jalb qiladi. Olingan mablag'lar keyinchalik mijozlardan olinadigan tadbirkorlik foydasidan ortiqcha haq evaziga sotiladi.

Kredit tadbirkorlik holatida tadbirkor o'ziga - naqd pulli omonatlarni, omonat egalari depozit foizlari ko'rinishida haq to'lash va keyinchalik depozitni qaytarish sharti bilan jalb qiladi. Olingan pullar keyinchalik qarz oluvchilarga qarz sifatida beriladi va keyinchalik depozitni to'lash bilan birga kredit bo'yicha foizlarni taqdim etadi. Shundan so'ng jalb qilingan pullar qarz oluvchilarga omonat miqdoridan oshib ketadigan doimiy foizli qarzlarda beriladi. Omonat va kredit foizlari o'rtasidagi farq kredit beruvchilar uchun foyda manbai bo'lib xizmat qiladi. Moliya va

kredit biznesi eng murakkablardan biri bo'lib, u qadimgi Yunonistondan beri ma'lum bo'lgan sudxo'rlikning chuqur tarixiy ildizlariga ega.

Sug'urta faoliyati. Moliyaviy kredit biznesining bir turi ixtisoslashgan sug'urta faoliyati hisoblanadi.

Sug'urta ishi, qonun hujjatlariga va shartnomaga muvofiq, sug'urta shartnomasi tuzilganida sug'urta polisi egasiga kutilmagan baxtsizlik, mulk, qadriyatlar, sog'liq, hayot va boshqa turdagi yo'qotishlar natijasida yetkazilgan zararni qoplashni kafolatlashdan iborat.

Sug'urta jarayonining o'zi shundan iboratki, tadbirkor faqat ma'lum holatlarda sug'urta to'lagan holda sug'urta mukofotini oladi. Bunday holatlar ehtimolliги unchalik katta bo'lmaganligi sababli hissalarining qolgan qismi tadbirkorlik daromadlarini tashkil qiladi.

Sug'urta ishi eng xavfli faoliyat turlaridan biridir. Shu bilan birga, sug'urta biznesini tashkil qilish sug'urtalovchilarga (tashkilotlar, korxonalar, shaxslar) o'z faoliyatida xavf tug'alganda ma'lum tovon olishlari uchun kafolat beradi, bu esa mamlakatda biznesni rivojlantirish shartlaridan biridir.

Sug'urta faoliyati fuqarolar yoki yuridik shaxs (polis egasi) tomonidan sug'urta tashkiloti (sug'urtalovchi) bilan tuzilgan mulkiy yoki shaxsiy sug'urta shartnomalari asosida amalga oshiriladi. Sug'urta deganda yuridik yoki jismoniy shaxslar to'laydigan sug'urta mukofotlaridan shakllantiriladigan pul fondlari hisobidan muayyan voqea (sug'urta hodisasi) yuz berganda, ushbu shaxslarga sug'urta shartnomasiga muvotiq sug'urta tovonini (sug'urta pulini) to'lash yo'li bilan ularning manfaatlarini himoya qilish tushuniladi.

2.3. Innovatsion tadbirkorlik

Zamonaviy sharoitda iqtisodiy o'sishning asosiy omillaridan biri bu innovatsiyalardir. Tadbirkorlik tabiatan innovatsion bo'lib, doimo yangilik bilan bog'liq. Iqtisodiyotning rivojlanishning innovatsion yo'liga o'tish aholining turmush darajasi yanada o'sishini belgilovchi omildir. Va innovatsion tadbirkorlik ishlab chiqarishning bir qismi bo'lsa ham, biz uni batafsil ko'rib chiqish kerak deb hisoblaymiz.

Mashhur amerikalik iqtisodchilar K.R.Makkonnell va S.Yu.Brue tadbirkorning innovatsion tabiati bilan bevosita bog'liq bo'lgan ikkita asosiy funksiyani aniqlaydilar (2.6-chizma):

1. Tadbirkor innovator, yangi mahsulot (xizmat) ishlab chiqarishga, yangi ishlab chiqarish texnologiyalarini ishlab chiqarishga yoki biznesni tashkil etish va rivojlantirishning yangi shakllarini topishga intilayotgan shaxs;

2. Tadbirkor tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish bilan bog'liq xavfni o'z zimmasiga oladi, chunki foyda olish tadbirkor uchun kafolatlanmaydi. Shu bilan birga, tadbirkor nafaqat o'z vaqtini, mehnat va ishbilarmon obro'sini, balki investitsiya qilingan pulni ham xavf ostiga qo'yadi.

2.6-chizma. Tadbirkorning innovatsion tabiati bilan bevosita bog'liq bo'lgan ikkita asosiy funksiyasi

Mamlakatda innovatsion tadbirkorlik. Innovatsion iqtisodiyotga o'tish XXI asrning birinchi o'n yilligida ko'pgina mamlakatlarda milliy shior sifatida e'lon qilindi, g'arbiy va yangi sanoat mamlakatlarida rivojlangan mamlakatlarda bu atama so'nggi yigirma yil davomida eshitildi. AQSH, Yevropa mamlakatlari, Janubiy Koreya va Yaponiyaning innovatsion tizimlari samarali ishlaydi va har yili ushbu mamlakatlarning milliy daromadlariga o'z ulushini qo'shmoqda. Samarali milliy innovatsion tizimni yaratish uchun zarur instrumentlar 2.7-chizmada keltirilgan.

Innovatsion jarayonlarning mohiyatini va ularning biznesga va umuman iqtisodiyotga beradigan natijalarini tushunish muammosi mavjud. Ta'kidlash kerakki, o'rta va kichik biznes innovatsiyalarni joriy etish ularning rivojlanishi va o'sishi uchun imkoniyat sifatida ko'rmayapti, bu kichik biznes sohasida faoliyat yuritish uchun yetarli bo'lmagan iqtisodiy sharoitlar bilan bog'liq.

Innovatsiya, innovatsion faoliyat va uning vazifalari.

Iqtisodiy kategoriya sifatida innovatsiyalar XX asrning boshlaridan o'rganila boshlandi (I.A. Shumpeter, N.D.Kondratyev va boshqalar). 20-asrning ikkinchi yarmida ushbu fanning nazariy ishlanmalari dunyoning eng rivojlangan mamlakatlarida amaliyotga tatbiq etildi.

• iqtisodiyotning ko'p tarmoqlaridan innovatsiyalarga talabni oshirish

• ilm-fanni rivojlantirish (fundamental va amaliy fan) samaradorligini oshirish, chunki avvalgi yillarda yuzaga kelgan orqaga bog'liqliklarning asta-sekin yo'qolishi, xodimlarning qarishi, ilmiy tadqiqotlar darajasining pasayishi, jahon ilm-fani va global innovatsion bozorga sust integratsiyasi va ehtiyojlarga yo'naltirilgani yo'q.

• innovatsion infratuzilmaning parchalanishini engib o'tish, chunki uning ko'plab elementlari yaratilgan, ammo innovatsiyalarni shakllantirish, tijoratlashtirish va amalga oshirish jarayonida innovatsion jarayonni qo'llab-quvvatlamaydi

2.7-chizma. Samarali milliy innovatsion tizimni yaratish uchun zarur instrumentlar

AQSHda 50-yillargacha venchur biznesga investitsiyalarni rag'batlantirish g'oyasi aniqlandi. 60-yillarda G'arbiy Yevropa mamlakatlarida birinchi texnoparklar paydo bo'ldi va 80-yillarning boshlarida ularning soni shu qadar ko'payganki, dunyoning rivojlangan davlatlarida, shu jumladan, Sobiq SSSRda, bunday texnoparklar, texnologiyalarni uzatish markazlari, biznes-inkubatorlar, innovatsion va texnologik markazlar va boshqalar tizimlari va tarmoqlarining shakllanishi haqida gapirish uchun asos bor.

Innovatsiyalar bo'yicha ish deganda, bozorga chiqarilganda ijobiy natijaga erishish orqali iqtisodiy tarkibdagi intellektual mahsulot (ixtiro, ma'lumot, nou-xau) olish jarayoni tushuniladi. Shunday qilib, innovatsion o'zgarishlarning asosini ishlab chiqarish jarayonlarini, iqtisodiy va ijtimoiy aloqalarni, fan, madaniyat, ta'lim va boshqa sohalardagi faoliyatni takomillashtirish uchun jamiyatning har qanday sohasida qo'llaniladigan ilmiy tadqiqotlar yoki ilmiy-texnikaviy faoliyatning natijasi tashkil etadi.

Innovatsiya – bu boshqaruv obyektini o'zgartirish va iqtisodiy, ijtimoiy, ilmiy, texnikaviy yoki boshqa samarani olish maqsadida innovatsiyalarni joriy etishning (fundamental yoki amaliy tadqiqotlar, tajriba-konstruktorlik, har qanday faoliyat sohasidagi rasmiylashtirilgan natija sifatida) natijasi.

Innovatsiya quyidagi uchta funksiyani bajaradi:

1. Ko'paytirish funksiyasi innovatsiya kengaytirilgan takror ishlab chiqarishni moliyalashtirishning muhim manbai ekanligini anglatadi. Ushbu funksiyaning ma'nosi yangilikdan foyda olish va uni moliyaviy manbalar manbai sifatida ishlatishdir.

2. Investitsiya funksiyasi innovatsiyadan olingan daromad turli sohalarga, shu jumladan kapital sifatida investitsiya qilish uchun ishlatilishi mumkinligini anglatadi. Ushbu kapital innovatsiyalarning yangi turlarini moliyalashtirish uchun ishlatilishi mumkin.

3. Rag'batlantiruvchi funksiya tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirishda namoyon bo'ladi. Innovatsiyalarni amalga oshirish orqali tadbirkorga foyda olish har qanday tijorat tashkilotining asosiy maqsadiga to'g'ri keladi. Foyda tadbirkorga yangi innovatsiyalarni joriy etishga rag'bat bo'lib xizmat qiladi; uni talablarni doimiy ravishda o'rganishga, marketing faoliyatini tashkil qilishni takomillashtirishga, moliyaviy menejmentning zamonaviy usullarini qo'llashga undaydi.

Innovatsion tizim ishlashi uchun u ma'lum bir tuzilishga ega bo'lishi kerak, ya'ni o'zaro ta'sir qiluvchi bloklar to'plamini o'z ichiga olishi kerak. Bunday beshita blok mavjud:

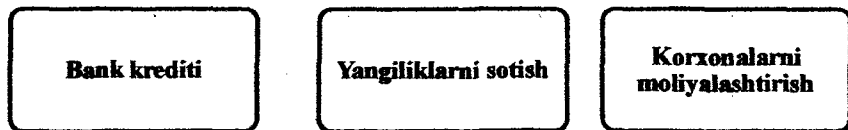
Birinchi. Universitetlar, ilmiy-tadqiqot institutlari, alohida mutaxassislar va turli institutlar va universitetlarning tadqiqotchilari o'rtasida noxizmaiy aloqani ta'minlaydigan murakkab ijtimoiy tarmoqlar mavjud bo'lgan ijodiy (ijodiy) blok yoki bilimlarni shakllantirish bloki. Ta'lim tizimi iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishining asosi sifatida tan olingan.

Ikkinchi. Texnologiyalarni uzatish bloki. Ijodiy fikrlash natijasida paydo bo'lgan yangi g'oyalar darhol ishlab chiqarilishi mumkin emas. Ilmiy va texnik g'oyalarni amalda amalga oshirishni qiyinlashtiradigan jiddiy muammo bu yangiliklardan foydalanish huquqini olish bilan bog'liq ma'lumotlarning assimetriyasi. Innovatsiya ilmiy va texnik bilimlar nuqtayi nazaridan qanchalik murakkab bo'lsa, innovatsiyalar muallifi va unga bo'lgan huquqni qo'lga kiritadigan iqtisodiy faoliyat

subyekti o'rtasidagi imkoniyatlarni tushunishda assimetriya shunchalik katta bo'ladi. Xaridorga sotib olingan mahsulot sifatiga ma'lum darajada ishonchni ta'minlaydigan vositachi kerak. Eng samarali, bu funksiya, ilmiy tadqiqotlar uchun grant ajratadigan fondlar bilan bir xil printsip asosida ishlaydigan, nodavlat notijorat fondlari tomonidan amalga oshiriladi. Ushbu turdagi notijorat fondlar keng tarmoq ulanishlariga ega bo'lgan maxsus muhitni yaratadi, bu esa ijodiy g'oyalar mualliflarining potensial xaridorlar bilan aloqalarini ta'minlaydi.

Uchinchi. Moliyalashtirish bloki. Tijorat mahsulotiga aylanish uchun g'oya bir qator o'zgarishlarni boshdan kechirishi kerak – muhandislikni rivojlantirish bosqichlarini bosib o'tish, sxemani ishlab chiqish, ishlab chiqarish modelini yaratish. G'oyalarni prototipga aylantirish va keyinchalik uni ommaviy ishlab chiqarishga o'tkazish uchun tashqi moliyalashtirish zarur.

Bunday moliyalashtirish uchta mumkin bo'lgan manbalari mavjud:



Bank krediti.

G'oya muallifi yoki uni qo'llab-quvvatlovchi muassasa yangi mahsulot ishlab chiqarish uchun kompaniya tuzadi va bankdan kredit oladi. Bu yangi ishlab chiqarish tashabbuskorlari uchun juda xavfli moliyalashtirish usuli. Bundan tashqari, innovatsion mahsulotlar ishlab chiqarish xavfi o'ta yuqori bo'lganligi sababli, banklar bunday loyihalarni moliyalashda juda ehtiyotkor bo'lishadi va yuqori bank foiz stavkalarini belgilashadi, bu esa banklarni moliyalashtirish asosida innovatsion faoliyatni jalb qilmaydi.

Yangiliklarni sotish.

G'oya muallifi uni shunga o'xshash mahsulotni ishlab chiqaradigan yirik kompaniyalardan biriga sotadi. Moliyalashtirishning ushbu usuli, innovatorni xavf-xatarlardan qutqarib, uni ishlab chiqarishda yaratgan innovatsiyasini joriy etish bilan bog'liq daromaddan mahrum qiladi.

Korxonalarni moliyalashtirish.

Taklif etilayotgan innovatsiya va novator tomonidan tuzilgan biznes-rejani sinchkovlik bilan o'rganib chiqqach, venchur kompaniya odatda rahbari innovator bo'lgan korxonaga tashkil qiladi. Shu bilan birga, venchur kompaniyasi ushbu korxonaga faoliyati ustidan to'liq nazoratni saqlab qoladi va rentabellik kam bo'lsa, uni shunchaki sotishi mumkin. Venchur moliyalashtirishning muhim afzalligi shundaki, u innovatorga ishlab chiqarilayotgan mahsulotning innovatsionligi tufayli nafaqat katta daromadning katta qismini to'plash, balki ishlab chiqarishni xarobaga aylantirganida ushbu foydani saqlab qolish orqali o'yindan chiqish imkoniyatini beradi.

To'rtinchi. Ishlab chiqarish birligi. Innovatsion ishlab chiqarishni tashkil qilish uchun ikkita alternativ variant mavjud. Birinchi variant - bunday ishlab chiqarishni yirik kompaniyalardan birining ishlab chiqarish tuzilmalariga kiritish, bu sizga vertikal integratsiyaning afzalliklaridan foydalanish imkonini beradi: mustaqil boshqaruv kompleksining (buxgalteriya hisobi, xodimlarni hisobga olish tizimlari va boshqalar) rad etilganligi sababli tranzaksiyon xarajatlarni kamaytirish. Ikkinchisi - kichik korxonaga ishlab chiqarish xarajatlari minimallashtirilgan yangi korxonaga tashkil etish.

Beshinchi. O'quv bo'limi. Innovatsion kadrlarni tayyorlash puxta tanlab olish bilan bir qatorda bilim va kasbiy mahoratni oshirishning o'zaro bog'liq bosqichlaridan iborat bo'lishi kerak. Ushbu bosqichda fundamental va amaliy fanlar bo'yicha mutaxassislar tayyorlaydigan universitetlar va ilmiy elitani shakllantirishga yo'naltirilgan muassasalar katta rol o'ynaydi.

Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, innovatsion biznes asosan kichik biznesga xos bo'lib, ular banklar, ixtisoslashtirilgan fondlar va davlatning moliyaviy ko'magi bilan ilmiy-texnikaviy taraqqiyot yutuqlaridan yanada samarali foydalanishi mumkin. Biroq, hamma tadbirkorlik innovatsion emas, faqat innovatsion mahsulotni ishlab chiqarish, undan foydalanish yoki tarqatish natijasida tadbirkorlik daromadini olishga imkon beradigan, ya'ni innovatsion tadbirkorlik bilan shug'ullanadigan subyektlar innovatsion faoliyatni amalga oshiradigan subyektlardir. Innovatsiyalardagi tadbirkorlik tuzilmasi iqtisodiyot – bu bozorda tadbirkorning raqobatdoshligini belgilaydigan innovatsion tadbirkorlik g'oyalarini yaratish va amalga oshirish jarayonida o'zaro bog'liq bo'lgan, va bir-biri

bilan o'zaro ta'sir qiladigan, xo'jalik yurituvchi subyektlar o'rtasidagi munosabatlarning yig'indisi.

Raqobatbardoshlikka innovatsiyalarning ta'siri.

Biznes ishtirokchilari o'rtasidagi raqobat yangi mahsulot va uni ishlab chiqarish uchun yangi texnologiyalarni o'rganish va ishlab chiqish bosqichida boshlanadi.

Korxonaning innovatsion faoliyatining raqobatbardoshligi nuqtayi nazaridan ta'siri uchta tarkibiy qismga ega:

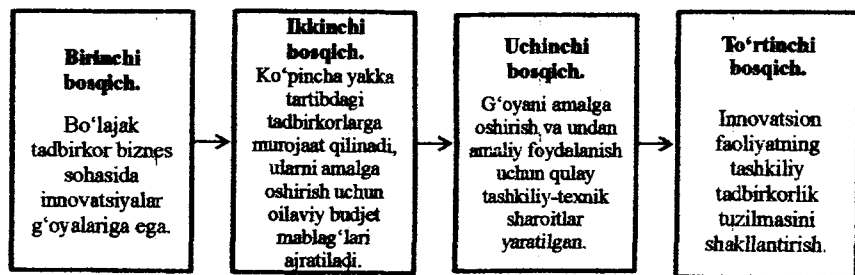
Birinchisi, yaqin va o'rta muddatli istiqbolda raqobatdosh ustunliklarni yaratib, mahsulotning raqobatdoshligini oshirish.

Ikkinchisi – yangi ehtiyojlarni jalb qilish, uzoq muddatda raqobatdosh ustunliklarni yaratish.

Uchinchidan – ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, tovar massasining raqobatbardoshligini korxonaning raqobatdoshligiga aylantirish.

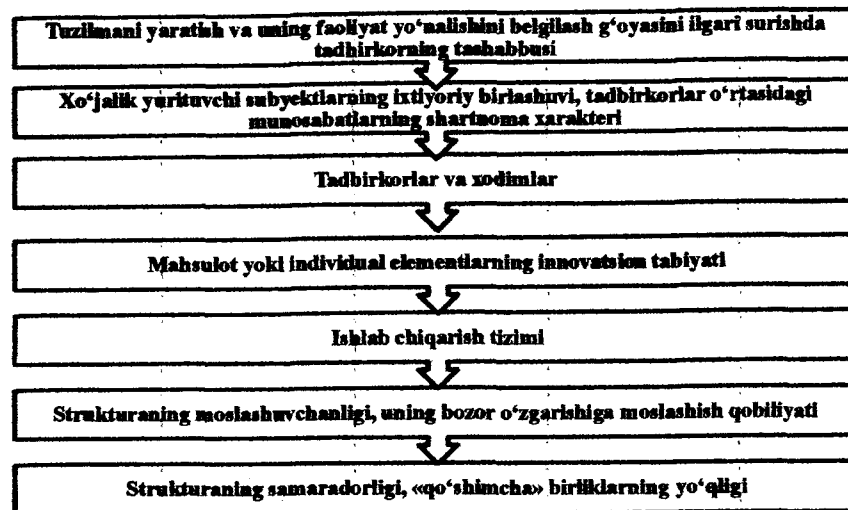
Raqobatbardoshlik omillaridan biri – ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarda ilg'or ilmiy-texnik yechimlarni, intellektual faoliyat natijalarini qo'llash darajasi bilan belgilanadigan tovarlarning texnik takomillashuvi.

Tadbirkorlarning innovatsion tuzilmalarini shakllantirishning quyidagi bosqichlarini (2.8-chizma) ajratish mumkin:



2.8-chizma. Tadbirkorlarning innovatsion tuzilmalarini shakllantirish bosqichalari

Innovatsion tadbirkorlik tuzilmalarini tashkil etish jarayoni 2.9-chizmada keltirilgan.



2.9-chizma. Tadbirkorlik tuzilmalarini yaratishning asosiy prinsiplari

Firma darajasida har qanday innovatsion faoliyat ma'lum darajada tadbirkorlikdir, chunki u quyidagilarga asoslanadi:

- yangi g'oyalarni izlash (yangi mahsulotdan yangi tuzilishga) va ularni baholash;
- kerakli manbalarni topish;
- korxonani yaratish va boshqarish;
- naqd pul tushumlari;
- natijadan shaxsiy mamnunlik.

Innovatsion tadbirkorlik sheriklar va sarmoyadorlar o'rtasida tahlika almashish va bo'lish tamoyillariga asoslanadi.

Venchur sarmoyasi.

Innovatsion ishbilarmonlik va ilmiy-texnik taraqqiyotni rivojlantirish texnologiyalari tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulotlarni ishlab chiqarishga yo'naltirilgan usullar taklif qilinmoqda.

Innovatsiyalarga tajriba va kapital qo'yilmalar bilan o'zaro bog'liqlik venchur kapital qo'yilmalari deb ataladi. Venchur kapital biznesida biznes egalari va venchur investorlari o'rtasida o'zaro qiziqish yuzaga keladi, bu yuqori daromad ehtimoli innovatsion biznesni rivojlantirish

istiqbollari, ilg'or texnologiyalarni rivojlantirish va ilmiy-texnikaviy taraqqiyotning yangi yo'nalishlarining paydo bo'lishi bilan belgilanadi.

Venchur investitsiyalarning funksional vazifasi ma'lum bir biznesning o'sishiga yoki ma'lum miqdorda naqd pul berish orqali innovatsion loyihani amalga oshirishga hissa qo'shishdir.

An'anaviy kapital yangi texnologiyalar yoki xavfli innovatsion loyihalar asosida firmalarni moliyalashtirishga qodir emas.

Qoida tariqasida, potensial qarz oluvchilar mablag'larni berish to'g'risida qaror qabul qilishda hisobga olinadigan quyidagi yoki bir nechta parametrlarni qoniqtirmaydilar:

- Loyihaning iqtisodiy maqsadga muvofiqligi;
- Xavfsizlikning sifati;
- Moliyaviy holatning qoniqarli ko'rsatkichlari;
- Moliyaviy oqimlar hajmi;
- Munosabatlar tarixi;
- Kredit tarixi.

An'anaviy moliyalashtirish turlariga nisbatan venchur kapitali bir qator xususiyatlarga ega:

1. Sifatni ta'minlash. Venchur moliyalashtirish holatida tanlangan loyiha uchun mablag' hech qanday kafolatsiz taqdim etiladi. Venture investorlari javobgarlik va moliyaviy xavflarni tadbirkor bilan bo'lishadilar.

2. Muddat. Venchur investitsiyalari uzoq vaqtga mo'ljallangan, chunki ko'plab innovatsion loyihalar kamida 3-5 yil ichida foyda ko'rishni boshlaydilar va uzoq muddatli likvidlik yetishmovchiligi mavjud.

3. Investitsiya obyekti. Xavfli investitsiyalar, qoida tariqasida, ilmiy-texnik taraqqiyotning eng ilg'or yo'nalishlari bo'yicha amalga oshiriladi va boshqa hech qanday investor kabi venchur fondlar, yuqori darajadagi noaniqlik bilan birga bo'lsa ham, yangi yuqori texnologik ishlanmalarni investitsiyalashga tayyor, chunki bu yerda foyda uchun eng katta potensial zaxirani yashirgan.

4. Boshqaruvda ishtirok etish. Investorlar nafaqat moliyaviy manbalar bilan cheklanib qoladilar. Ular to'g'ridan-to'g'ri yoki o'z vakillari orqali yangi kompaniyani boshqarishda faol ishtirok etadilar. Investor o'z kapitalini taqdim etgan shaxslarga har qanday yordam ko'rsatishga tayyor bo'lishi kerak: boshqaruvda yordam berish, maslahat

berish, aloqalarni o'rnatish va boshqa xizmatlar. Bu menejmentda ishtirok etish tavakkalchilik darajasini kamaytiradi va kapital qo'yilmalarning daromadlilikini oshiradi va shu tariqa innovatsiyalarni muvaffaqiyatli rivojlantirish uchun muhim shartdir.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda shuni ta'kidlash mumkinki, venchur kapitali innovatsiyani moliyalashtirishning samarali manbalaridan biri hisoblanadi.

Ammo bu yerda jiddiy to'siqlar yuzaga keladigan xavfli investitsiyalarni faollashtirish muammosi yuzaga keladi. Shuning uchun davlat imtiyozlarining maqsadi mamlakatda innovatsion faoliyatni venchur moliyalashtirish jarayonini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlarni yaratishdir.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Xususiy va davlat tadbirkorligi. Ishlab chiqarish korxonasi. Tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish. Axborot. Tijorat. Tijorat tadbirkorlik. Tovar birjalari. Moliyaviy. Sug'urta ishi. Bank ishi. Birjalar. Asosiy ishlab chiqarish fondlari. Joriy aktivlar. Innovatsion tadbirkorlik. Korxonalar kapitali. Xavfsizlik masalalari. Vositachilik.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. Tadbirkorlikni tasniflashning asosiy xususiyatlari.
2. Biznesning asosiy shakllari qanday?
3. Sanoat korxonasining mohiyati nimada?
4. Ishlab chiqarish va tijorat tadbirkorligining tub farqi nimada?
5. Tadbirkorlik faoliyati uchun asosiy shartlar nimalardan iborat?
6. Nima uchun ishlab chiqarish korxonasi Rossiyadagi yetakchi uy hisoblanadi?
7. Sug'urta ishi jarayonining mohiyati.
8. Moliyaviy tadbirkorlikning mohiyati.
9. Ishlab chiqarish biznesining sxemasi.
10. Biznes-jarayonning (ishlab chiqarish va tijorat) ishlashi uchun asosiy shartlar qanday?
11. Innovatsion tadbirkorlikning mohiyati.
12. Innovatsion biznes tuzilmalarini tashkil etish.
13. Venchur kapital qo'yilmalari deb ataladigan jarayon qaysi?

3. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

- 3.1. Biznesni tashkil etish – tadbirkorlik tuzilmasi.
- 3.2. Korxonani davlat ro‘yxatidan o‘tkazish tartibi.
- 3.3. Tadbirkorlik tuzilmasini tashkil qilish imkoniyatlari.
- 3.4. Tadbirkorlik faoliyatini litsenziyalash.
- 3.5. Boshqaruv tamoyillari.

3.1. Biznesni tashkil etish – tadbirkorlik tuzilmasi

Har bir kompaniyani tadbirkorlik tuzilishi deb atash mumkin emas. Tadbirkorlik tuzilmasining mohiyati shundan iboratki, yangi yaratilgan yoki mavjud bo‘lgan korxonaga ma‘lum mahsulot (ish yoki xizmat) ishlab chiqarishga (chiqarishga) qodir, innovatsion tadbirkorlik g‘oyalari ilgari surish uchun sharoit yaratadi.

Tadbirkorlik tuzilmasini shakllantirish quyidagi shartlar va ehtiyojlarga asoslanadi (3.1 jadval).

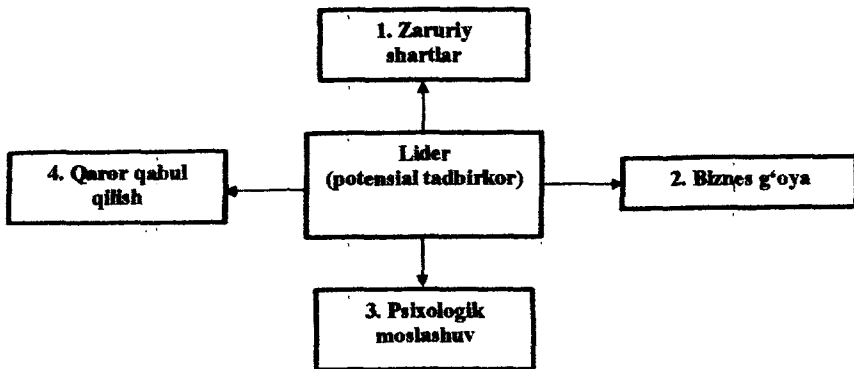
Biznes tuzilmalarini rivojlantirish uchun zaruriy shartlar va ehtiyojlar

3.1-jadval.

Zaruriy shartlar	Ehtiyojlar
Tadbirkorlik g‘oyasi tug‘ilishi	O‘z-o‘zini realizatsiya qilish, mavjud talabni qondirish, foyda olishlarga ehtiyoj
Inqiroz sharoitidagi faoliyat	Biznes-auditga, reinjiningga, ishlab chiqarishni tiklashga bo‘lgan ehtiyoj
Eskirgan texnika, texnologiya, mahsulot	Ishlab chiqarish tizimi modernizatsiyasiga talab
Zahira mavjudligi va tadbirkorlik g‘oyasini rivojlantirishi	O‘z-o‘zini realizatsiya qilish, talabni qondirish, foydani oshirish, iqtisodiy o‘shir

Umumiy yondashuvlar.

Amalda, o‘z biznesingizni (tadbirkorlik tuzilmasini) yaratish bir necha bosqichlardan iborat.



3.1-chizma. Liderlik pog'onalari

Birinchi qadam (bosqich) – bu ijtimoiy-psixologik va iqtisodiy sharoitlar va shart-sharoitlarning paydo bo'lishi (rahbarning o'z biznes g'oyasini shakllantirish va o'z imkoniyatlari va imkoniyatlaridan foydalangan holda o'z biznesini boshlashga tayyorgarlik ko'rish qobiliyati bilan belgilanadi), ya'ni 3.1-chizmada bayoni bo'yicha:

- ZARUR SHART-SHAROITLARNING PAYDO BO'LISHI;
- YAKKA TARTIBDAGI TADBIRKORLIK G'OYASINING TUG'ILISHI;
- PSIXOLOGIK MOSLASHUV;
- QAROR QABUL QILISH.

Ikkinchi bosqich – biznesni boshlash uchun asos:

- BEVOSITA VA STRATEGIK MAQSADLARNI BELGILASH;
- TAKLIF ETILAYOTGAN BOZORNI O'RGANISH;
- MOLIYAVIY VA MULKIY BAZANI O'QITISH MANBALARINI ANIQLASH;
- SOG'LOM BIZNES-REJANI ISHLAB CHIQUISH.

Uchinchi qadam (bosqich) – biznes ochish:

- malakali muassislar, xodimlar va sheriklar jamoasini shakllantirish;
- ta'xis hujjatlarini tayyorlash;
- biznes boshlash uchun tashkiliy choralar;
- davlat ro'yxatiga olish, ro'yxatdan o'tkazish.

To'rtinchi qadam (bosqich) – amaliy faoliyat. Kompaniyaning hayot jadvalini qurish. O'zingizning biznesingiz faoliyatining xavfsizlik aurasini yaratish, bu quyidagilar bilan belgilanadi:

- menejment, marketing, reklama va o'z imijingizni yaratishning yuqori darajasi;
- vakolatli huquqiy, axborot, moliyaviy va iqtisodiy;
- vakolatli huquqiy, axborot, moliyaviy va iqtisodiy;
- texnik xizmatlar;
- aylanma mablag'larning normalari, kuchli moddiy-texnik bazaning mavjudligi;
- bepul moliyaviy resurslar, samarali texnologiyalar.

Tadbirkor oldida iqtisodiy sohada kompaniyaning faoliyatini barqarorlashtirish vazifasi turibdi. Jamiyatning asosiy subyektlari bilan munosabatlarni rivojlantirish va mustahkamlash. Agar moliya-kredit institutlari o'zaro manfaatli sheriklar sifatida qaralsa, u holda qonunlar va me'yoriy hujjatlarni bilish va amalga oshirish hokimiyat, nazorat va nazorat bilan munosabatlarni belgilaydi. O'z darajangizni barcha darajalarda yaratish – kompaniyaning (uning rahbari) strategik vazifasidir. Ammo, agar tadbirkor iste'molchini yuta olmasa yoki ishlab chiqaruvchi (xuddi shu iste'molchi bilan) bilan moliyaviy-iqtisodiy munosabatlar sohasida ishonchli mavqega ega bo'la olmasa, unda biznesni rivojlantirish birinchi bosqichda tugaydi.

Qisqacha aytganda, har qanday biznesni shakllantirish jarayoni muayyan bosqichlardan iborat (umumiy yondashuvlar).

I bosqich – old shartlarning paydo bo'lishi (shaxsiy ambitsiyalar, moliyaviy ahvoli yomon, ko'proq narsaga intilish);

II bosqich – yakka tartibdagi tadbirkorlik g'oyasining tug'ilishi;

III bosqich – g'oya va biznesni ochish to'g'risidagi qarorga nisbatan psixologik moslashuv;

IV bosqich – qaror qabul qilish;

V bosqich – maqsadni belgilash;

VI bosqich – tashkiliy va texnik tadbirlarni ishlab chiqish, qarorning iqtisodiy maqsadga muvofiqligi;

VII bosqich – amaliy faoliyatning ochilishi va boshlanishi;

VIII bosqich – o'z biznesini saqlab qolish va rivojlantirish.

O'z biznesingizni (ishingizni) yaratish bo'yicha tadbirkorlik g'oyasi.

Har qanday tadbirkorlik faoliyati, agar jarayon sifatida qaralsa, har doim g'oyadan boshlanadi. Yangi tadbirkorlik g'oyalarning paydo bo'lishi insonning (tadbirkorning) aqliy faoliyati samarasidir.

a). Tadbirkorlik g'oyasi.

Yangi g'oyani shakllantirishning mohiyati yangi kombinatsiyani, yangi faktlarga asoslangan mantiqiy xulosalar tizimini yaratishdir.

Tadbirkorlik g'oyasi – bu boshqalarning ehtiyojlarini qondirish orqali shaxsiy tadbirkorlik maqsadlarini hal qilish uchun shaxsning o'zini o'zi amalga oshirish uchun potentsial imkoniyat va ehtiyoj.

O'z biznesingizni yaratishda tadbirkorlik g'oyasi ma'lum bir tadbirkorlik loyihasida amalga oshiriladi. Yangi tadbirkorlik g'oyalarni shakllantirish manbai obyektiv shart bo'lib, uning rivojlanishi qat'iy belgilangan yo'nalishda bozor talab qiladigan yangi mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqarish uchun hozirgi yoki kelajakdagi tanglikni keltirib chiqarishi mumkin.

Tadbirkorlik g'oyalari ma'lum bir yo'nalishda, ma'lum bir subyektning tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq bo'lgan yo'nalishda to'planadi. Fikrlarni to'plash jarayoni quyidagi manbalar orqali amalga oshiriladi:

1) Tovar bozori. Tovar bozorida, savdo agentlaridan tadbirkorlik faoliyatining manbai bo'lishi mumkin bo'lgan mahsulotlar, yangi texnologiyalarning yetishmasligi to'g'risida ma'lumot olinadi.

Uchinchi qadam (bosqich) – biznes ochish:

- malakali muassislar, xodimlar va sheriklar jamoasini shakllantirish;
- ta'lim hujjatlarini tayyorlash;
- biznes boshlash uchun tashkiliy choralar;
- davlat ro'yxatiga olish, ro'yxatdan o'tkazish.

To'rtinchi qadam (bosqich) – amaliy faoliyat. Kompaniyaning hayot jadvalini qurish. O'zingizning biznesingiz faoliyatining xavfsizlik aurasini yaratish, bu quyidagilar bilan belgilanadi:

- menejment, marketing, reklama va o'z imijingizni yaratishning yuqori darajasi;
- vakolatli huquqiy, axborot, moliyaviy va iqtisodiy;
- vakolatli huquqiy, axborot, moliyaviy va iqtisodiy;
- texnik xizmatlar;
- aylanma mablag'larning normalari, kuchli moddiy-texnik bazaning mavjudligi;
- bepul moliyaviy resurslar, samarali texnologiyalar.

Tadbirkor oldida iqtisodiy sohada kompaniyaning faoliyatini barqarorlashtirish vazifasi turibdi. Jamiyatning asosiy subyektlari bilan munosabatlarni rivojlantirish va mustahkamlash. Agar moliya-kredit institutlari o'zaro manfaatli sheriklar sifatida qaralsa, u holda qonunlar va me'yoriy hujjatlarni bilish va amalga oshirish hokimiyat, nazorat va nazorat bilan munosabatlarni belgilaydi. O'z darajangizni barcha darajalarda yaratish – kompaniyaning (uning rahbari) strategik vazifasidir. Ammo, agar tadbirkor iste'molchini yuta olmasa yoki ishlab chiqaruvchi (xuddi shu iste'molchi bilan) bilan moliyaviy-iqtisodiy munosabatlar sohasida ishonchli mavqega ega bo'la olmasa, unda biznesni rivojlantirish birinchi bosqichda tugaydi.

Qisqacha aytganda, har qanday biznesni shakllantirish jarayoni muayyan bosqichlardan iborat (umumiy yondashuvlar).

I bosqich – old shartlarning paydo bo'lishi (shaxsiy ambitsiyalar, moliyaviy ahvoli yomon, ko'proq narsaga intilish);

II bosqich – yakka tartibdagi tadbirkorlik g'oyasining tug'ilishi;

III bosqich – g'oya va biznesni ochish to'g'risidagi qarorga nisbatan psixologik moslashuv;

IV bosqich – qaror qabul qilish;

V bosqich – maqsadni belgilash;

VI bosqich – tashkiliy va texnik tadbirlarni ishlab chiqish, qarorning iqtisodiy maqsadga muvofiqligi;

VII bosqich – amaliy faoliyatning ochilishi va boshlanishi;

VIII bosqich – o'z biznesini saqlab qolish va rivojlantirish.

O'z biznesingizni (ishingizni) yaratish bo'yicha tadbirkorlik g'oyasi.

Har qanday tadbirkorlik faoliyati, agar jarayon sifatida qaralsa, har doim g'oyadan boshlanadi. Yangi tadbirkorlik g'oyalarning paydo bo'lishi insonning (tadbirkorning) aqliy faoliyati samarasidir.

a). Tadbirkorlik g'oyasi.

Yangi g'oyani shakllantirishning mohiyati yangi kombinatsiyani, yangi faktarga asoslangan mantiqiy xulosalar tizimini yaratishdir.

Tadbirkorlik g'oyasi – bu boshqalarning ehtiyojlarini qondirish orqali shaxsiy tadbirkorlik maqsadlarini hal qilish uchun shaxsning o'zini o'zi amalga oshirish uchun potentsial imkoniyat va ehtiyoj.

O'z biznesingizni yaratishda tadbirkorlik g'oyasi ma'lum bir tadbirkorlik loyihasida amalga oshiriladi. Yangi tadbirkorlik g'oyalarni shakllantirish manbai obyektiv shart bo'lib, uning rivojlanishi qat'iy belgilangan yo'nalishda bozor talab qiladigan yangi mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqarish uchun hozirgi yoki kelajakdagi tanglikni keltirib chiqarishi mumkin.

Tadbirkorlik g'oyalari ma'lum bir yo'nalishda, ma'lum bir subyektning tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq bo'lgan yo'nalishda to'planadi. Fikrlarni to'plash jarayoni quyidagi manbalar orqali amalga oshiriladi:

1) Tovar bozori. Tovar bozoridan, savdo agentlaridan tadbirkorlik faoliyatining manbai bo'lishi mumkin bo'lgan mahsulotlar, yangi texnologiyalarning yetilishmasligi to'g'risida ma'lumot olinadi.

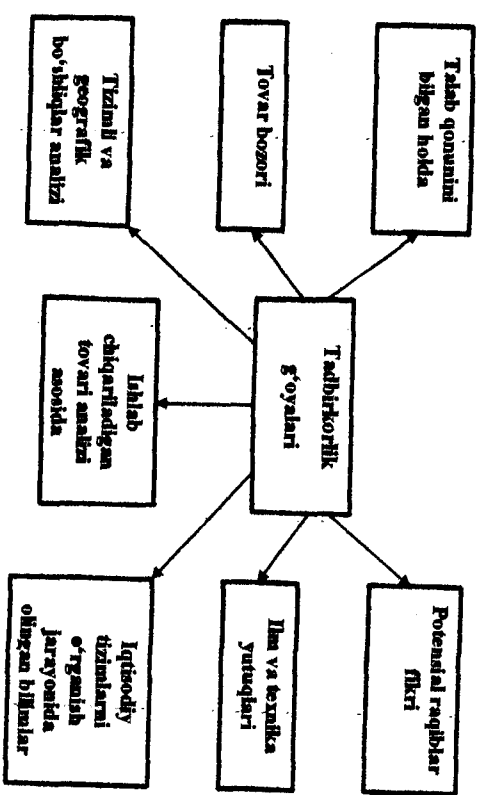
2) Ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonida tarkibiy yoki geografik bo'shliqni tahlil qilish. Strukturaviy bo'shliqni tahlil qilish shuni ko'rsatadi, qaysi turdagi mahsulotlar ishlab chiqariladi, qaysi ishlab chiqarimaydi yoki ushbu mahsulotning ishlab chiqarish zanjirida tamafislar bo'yib o'tadi. Geografik bo'shliqlarga kelsak bu ushbu mintaqada ishlab chiqarilgan narsani aniqlashga imkon beradi, masalan, mamlakat yoki ahet elda.

3) Fan va texnikaning yutuqlari. Har bir tadbirkor ilmiy-texnik taraqqiyotining barcha yangiliklari va umumiy tendensiyalariga, shu jumladan bevosita faoliyati bilan bog'liq bo'lmagan narsalarga amal qilishi shart.

4) Allaqachon ishlab chiqarilgan mahsulotni tahlil qilish asosida tadbirkorlik g'oyasining tug'ilishi. Bu mahsulotni o'zgartirish yoki uni boshqa sohadan boshqasiga o'kazishdir.

5) Muayyan ehtiyojning kelajigida yuzaga keladigan talab shakllarini bilishiga asoslangan bashorat.

6) Taqdimotlarga tashrif, uchrashuvlar, simpoziumlar va boshqalar. Tadbirkorlik g'oyalarning paydo bo'lishi va o'zgarishi tashqi va ichki omillar (manbalar) ta siriga bog'liq (3.2.-chizma).



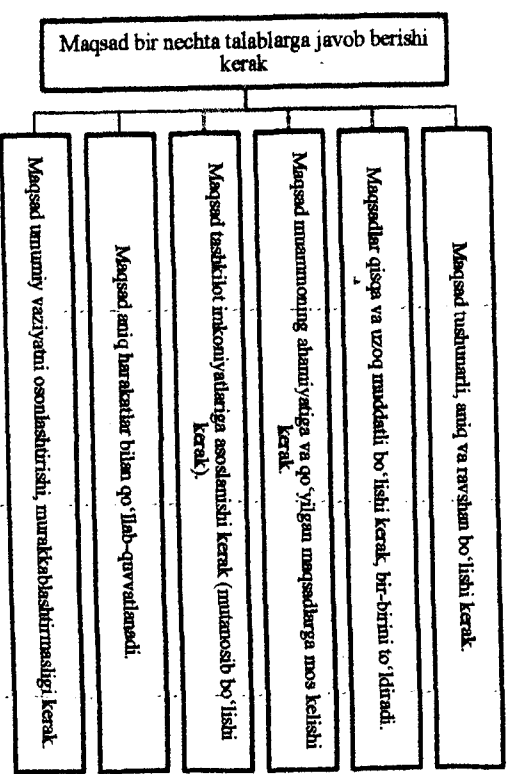
3.2.-chizma. Tadbirkorlik g'oyalarni to'plash manbalari

To'plangan tadbirkorlik g'oyalarni tanlashning muayyan mezonlari mavjud, ular quyidagilardan iborat:

- Fikrning samaradorligi.
- Bozorni zabt etish istiqbollari.
- G'oyani amalga oshirish uchun zarur bo'lgan vaqt.
- G'oyani amalga oshirish uchun zarur bo'lgan kapital hajmi.
- Resurslarning mavjudligi va narxi.
- Kerakli ishchi kuchi mavjudligi.
- Huquqiy sohaga mavofiqlik.
- Biznes imkoniyatlari bilan taqqoslash.

Har qanday tadbirkorlik g'oyasi maqsadlarni belgilash uchun hayotiy bo'ladi: tezkor (taktik) va uzoq (strategik). Shu bilan birga, qo'yilgan maqsadlarga erishish haqidatga yaqin bo'lishi kerak.

Bunday holda, maqsad bir nechta talablarga javob berishi kerak:



Maqsad aniq shakllangan va tushuntarli bo'lishi kerak, bu natfakat tadbirkor, rahbar, balki ushbu g'oyani amalga oshirish uchun faoliyat bilan shug'ullanadigan xodimlar uchun ham tushuntarli.

Maqsadni shunchaki boyitish mumkin emas, maqsad tadbirkorning ma'naviy ehtiyojlarini va uning jamiyat ehtiyojlarini qondirishni

rag'batlantirishi kerak. Faqatgina tadbirkorlik g'oyasi va aniq belgilangan maqsadlar bilan siz o'z biznesingizni yaratishni boshlashingiz mumkin.

Kerakli g'oyani tanlagandan so'ng, uning aniq iqtisodiy ko'rsatkichlari asosida tahlil qilinadi. Ushbu g'oya korxonaning ekspert xizmati yoki maxsus taklif etilgan mustaqil ekspertlar tomonidan o'tkaziladigan tadbirkorlik ekspertizasidan o'tkaziladi.

b). Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish.

Tadbirkorlik g'oyasini tanlash uning keyingi amalga oshirilishini nazarda tutadi, bu esa tadbirkorning qaror qabul qilish zarurati bilan bevosita bog'liqdir. Fikrni tanlash va uni biron bir tadbirkorlik loyihasida samarali amalga oshirish to'g'risida qaror qabul qilish har doim ma'lum shartlarning bajarilishi bilan bog'liq:

- ishlab chiqarish texnologiyasini tanlash va tegishli hujjatlarni taqdim etish;

- ishlab chiqarish quvvatlari (asosiy vositalar va uskunalar) masalasini hal qilish;

- aylanma mablag'lar va ularni yetkazib beruvchilar muammosini hal qilish;

- malakali kadrlar bilan ta'minlash;

- loyihani amalga oshirishning barcha bosqichlari uchun javobgarlarni tayinlash;

- ushbu loyiha uchun boshqaruv tuzilmasi sxemasini qabul qilish;

- moliyalashtirish manbalari va shartlari (zayomlar, ssudalar, investitsiyalar) masalalarini hal qilish;

- taklif etilayotgan mahsulot (xizmat) uchun marketing tizimini ishlab chiqish va qabul qilish.

G'oyani amalga oshirish va uni amaliy qo'llash uchun tashkiliy-texnik sharoitlarni ko'rib chiqing (3.2-jadval).

Ushbu shartlarni bajargandan so'ng, tadbirkor o'zining biznes g'oyasini texnik-iqtisodiy asoslash bilan qo'llab-quvvatlanadigan biznes-reja shaklida tuzadi. Kontsepsiyani batafsil asoslaydigan va g'oyani amalga oshirish uchun zarur bo'lgan barcha tadbirlarni o'z ichiga olgan biznes-rejadan farqli o'laroq, texnik-iqtisodiy asoslash – bu tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishning iqtisodiy samarasini hisoblaydigan hujjat.

Biznes tuzilmalarini shakllantirish shartlari

3.2-jadval

Shartlar	Tashkiliy tuzilma
Korxonona tadbirkorlik faoliyati yo'nalishi	Taklif, fikr, novatsiyalarni stimullashtirish
	Tashkilot tizimi va boshqaruvi g'oya mualliflarini qo'llash, rivojlantirish va karyeraviy o'sishni ta'minlaydi
Tashkiliy imkoniyatlar	Yangi tizimli bo'limlar tashkil qilish imkoniyati
	Qo'shimcha tadbirkorlik birliklari yaratish
Ishlab chiqarish imkoniyatari	Texnik va texnologik potensial
	Yuqori texnologiyalar mavjudligi
Resurslar mavjudligi	Moliyaviy resurslar, mavjud kreditlar
	Inson kapitali – yuqori malakali xodimlar

d). Tadbirkorlik qarorini qabul qilish.

Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish tadbirkorlik qarorini qabul qilish kabi tushuncha bilan chambarchas bog'liqdir. Muayyan boshqaruv qarorlarini qabul qilmasdan tadbirkorlik faoliyati bo'lishi mumkin emas. Biznesmen (tadbirkor) ning amaliy tajribasiga, uning iqtisodiy bilimlari va yetakchi sifatidagi shaxsiy fazilatlariga qarab, uzoq muddatli maslahatlashuvlar va chuqur tahlillardan so'ng u tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish uchun boshqaruv qarorini qo'llaydi.

Shuni ta'kidlash kerakki, yechim variantini tanlashning ikkita o'ziga xos usuli mavjud:

Birinchi usul – individual qarorlar qabul qilish texnologiyasiga asoslangan, intuitivdir. Ya'ni, qaror sezgi asosida qabul qilinadi va bu holda sezgi deganda tadbirkorlik faoliyatida katta tajriba natijasida olingan va yuqori darajadagi vakolatlariga ega bo'lgan ongsiz bilim tushuniladi.

Ikkinchi usul – bu mantiqiy bog'liqlik va hisob-kitoblarga asoslangan xulosalarga asoslangan haqiqiy qarorlarni qabul qilish usuli.

Tadbirkorlik qarorini qabul qilishga ichki va tashqi omillarning kombinatsiyasi ta'sir qiladi. Ichki omillarga quyidagilar kiradi: firmaning maqsadi; ishlab chiqarish texnologiyasi; kompaniyaning tashkiliy tuzilmasi; shtat jadvali; xodimlar. Tashqi omillar bevosita va bilvosita ta'sir qilish omillariga bo'linadi:

to'g'ridan-to'g'ri ta'sir qiluvchi omillar - davlat organlari va ular to'g'risidagi nizomlar, qonunlar va boshqa normativ hujjatlar, sheriklar kuch bosimining manbalari (korrupsiya va jinoiy), raqobatchilar, kompaniya imidji, kasaba uyushmalari.

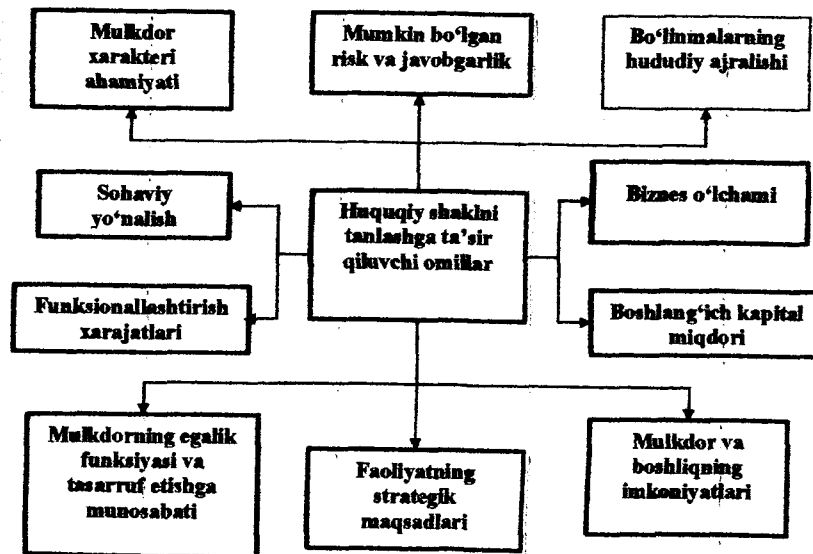
bilvosita omillar - siyosiy, ilmiy-texnik, iqtisodiy, ijtimoiy, xalqaro.

e). Huquqiy shaklni tanlash.

Tadbirkor o'z biznesining tashkiliy-huquqiy shaklini tanlashi uning o'ziga xos xususiyati bilan tugaydigan, biznesning o'ziga xos xususiyati va tadbirkorning imkoniyatlariga bog'liq bo'lgan ko'plab omillarga bog'liq (3.3-çizma).

Huquqiy shaklni tanlash biznes tuzilmasining asosiy elementlari nimalarga ta'sir qilishini ko'rib chiqing:

- Ta'sisçhilar o'rtasidagi munosabatlar tabiati;
- Soliq solish tartibi;
- korxonaning majburiyatlari bo'yicha mulkiy javobgarlik;
- Foydani taqsimlash;
- korxonalarni boshqarish tartibi;
- ustav kapitali miqdori;
- Moliyalashtirish manbalari.



3.3-çizma. Sizning biznesingizni tashkil qilishda huquqiy shaklni tanlashga ta'sir qiluvchi omillar

3.2. Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi

Korxonani va yakka tartibdagi tadbirkor sifatida noyuridik shaxs sifatida ro'yxatdan o'tkazish tartibi sezilarli farqlarga ega.

Yuridik shaxs tashkil etmasdan korxonaga (tashkilot) va tadbirkorni yuridik shaxs sifatida ro'yxatdan o'tkazish tartibi 3.1-jadvalda ko'rsatilgan.

Tadbirkorlik tuzilmasining mohiyati shundaki, yangi tashkil etilgan korxonaga jamiyat, sheriklar va davlat uchun jozibador bo'lishi kerak. AQSHning eng jozibali kompaniyalarini aniqlash mezonlari qiziqish uyg'otadi.

Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi

3.3-jadval

Bosqichlar	Kompaniya (yuridik shaxs)	Yuridik shaxssiz yakka tartibdagi tadbirkor
1-bosqich. Davlat organlarida ro'yxatga olish hujjatlarini tayyorlash	Kerakli hujjatlar ro'yxati: - notarial tasdiqlangan ariza; - Ta'sis hujjatlari (Protokol shaklida yuridik shaxsni tashkil etish to'g'risidagi qaror va boshqalar, Ustav, Shartnoma memorandumini); - davlat boji to'langanligini tasdiqlovchi hujjat	Kerakli hujjatlar ro'yxati: - notarial tasdiqlangan ariza; yakka tartibdagi tadbirkor sifatida ro'yxatdan o'tgan jismoniy shaxsning asosiy hujjati nusxasi; - davlat boji to'langanligini tasdiqlovchi hujjat
2-bosqich. Ro'yxatga olish organlariga hujjatlarni topshirish	Soliq inspeksiyasining hududiy bo'limiga hujjatlarni topshirish	Soliq inspeksiyasining hududiy bo'limiga hujjatlar taqdim etish
3-bosqich. Davlat statistika qo'mitasining mahalliy bo'limida Korxonalar va tashkilotlarning tasniflagichi (OKPO) uchun kodni berish to'g'risida ma'lumot olish.	Korxonadan tomonidan amalga oshiriladi	Tadbirkorning o'zi tomonidan amalga oshiriladi

3.3-jadvalning davomi

4-bosqich. Pensiya jamg'arimasining hududiy bo'limida va Sog'liqni saqlash sug'urta fondida ro'yxatdan o'tish	Soliq inspeksiyasining hududiy bo'linmasini amalga oshiradi	Ro'yxatdan o'tish IP-ga xodimlarni yollash sharti bilan talab qilinadi va tadbirkorning o'zi tomonidan amalga oshiriladi
5-bosqich. Hududiy ijtimoiy sug'urta fondida ro'yxatdan o'tish	Korxonadan tomonidan amalga oshiriladi	Tadbirkorning o'zi tomonidan amalga oshiriladi
6-bosqich. Bankda hisobraqam ochish	Kerakli hujjatlar ro'yxati: - bank rahbariyatiga ariza; - korxonani ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi guvohnomaning va soliq organida va ta'sis hujjatlarida notarial tasdiqlangan nusxalari hamda yuridik shaxslarning yagona davlat reestridan ko'chirma; - litsenziyalanadigan faoliyat turini amalga oshirish huquqini beruvchi litsenziyaning notarial tasdiqlangan nusxalari va imzolar namunalari va muhr bosilgan karta; - Davlat statistika qo'mitasining korxonadan va tashkilotlarning butun ruscha tasniflagichi kodini berish to'g'risidagi ma'lumot xati nusxasi (OKPO); - tashkilotga ishga qabul qilish va lavozimlarga tayinlash to'g'risidagi buyruqlar.	Kerakli hujjatlar ro'yxati: - bank rahbariyatiga ariza; Yakka tartibdagi tadbirkorlarning ro'yxatdan o'tkazilganligi va davlat soliq xizmati organida ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomalarning notarial tasdiqlangan nusxalari; yakka tartibdagi tadbirkorlarning yagona davlat reestridan ko'chirma; - litsenziyalanadigan faoliyat turini amalga oshirish huquqini beruvchi litsenziyaning notarial tasdiqlangan nusxalari; - imzolar namunalari va muhr bosilgan karta; - Davlat statistika qo'mitasining korxonadan va tashkilotlarning butun ruscha tasniflagichi kodini berish to'g'risidagi ma'lumot xati nusxasi (OKPO).

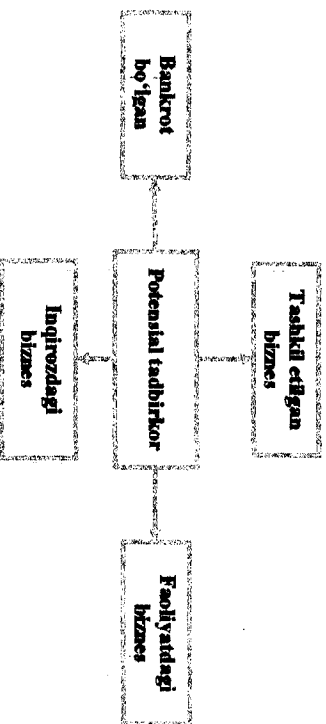
Quyidagi sakkizta asosiy mezonlarga misol bo'la oladi, ularning ba'zilar yuqori tadbirkorlik madaniyatini ko'rsatadi:

- Innovatsion faoliyat;
- Jamoat va ekologik javobgarlik;
- Kompaniyaning xodimlarni jalb qilish, rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash qobiliyati;
- Mahsulotlar va xizmatlar sifati;
- Kompaniyaning moliyaviy ahamiyati;
- Korporativ hujjatlardan foydalanish.

3.4. Tadbirkorlik tuzilmasini tashkil qilish imkoniyatlari

Mayjud korxonani sotib olish.

Mayjud korxonani sotib olish o'z biznesingizni tashkil qilish shakllaridan biridir. O'z biznesini tashkil qilishning ushbu shakli bilan, agar qonun yoki shartnomada boshqacha qoida nazarda tutilgan bo'lmasa, egasi xaridorga nafqat barcha mulkni, balki uning texnologiyalarini, savdomarkasini, litsenziyalash huquqini, da'vo huquqini, qarzni va boshqalarni sotadi.



3.5-chizma. Biznesni sotib olish imkoniyatlari

Biznesni sotib olish (yaratish) ning ushbu sxemasida juda muhim nuqta bu nafqat mulkiy kompleksni, balki o'z xizmatlari yoki mahsulotlarini sotish uchun tashkil etilgan tarmogini sotishdir. Biznesga ega bo'lishning bir nechta variantlari mavjud. Biror biznesni sotib olayotganda ma'lum bir holat kuzatiladi: biznesning moliyaviy ahvoli qanchalik yomon bo'lsa, bu biznesning ahamiyati shunchalik kam bo'ladi, lekin xaridor shunchalik ko'p muammolar, qarzlarni va boshqalarni «oladi».

Yaratilgan biznes – bu yaqinda tashkil etilgan biznes, lekin u o'zining asosiy imkoniyatlariga (ishchi kapital; asosiy vositalar va asbob-uskunalar; xodimlar; texnologiya) ega bo'lsa ham, amaliy faoliyatini boshlamagan.

Mayjud biznes – bu o'zining amaliy faoliyatini amalga oshiradigan korxonalar.

Inqirozli biznes – bu o'zining amaliy faoliyatini amalga oshiradigan, ammo ayvni paytda, to'lovga layoqatsizlik nuqtayi nazaridan foydasiz faoliyat holatida bo'lgan biznes.

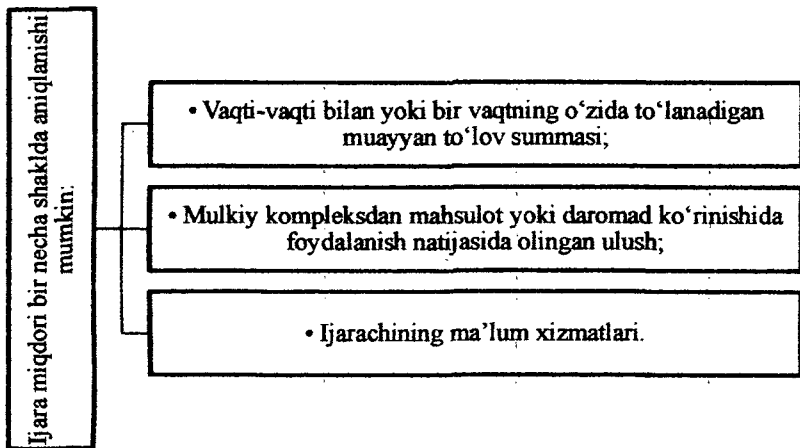
Bankrotlik ishi to'lovga qodir emasligi bilan ajralib turadi va uni olish bankrotlik to'g'risidagi ish yuritish orqali amalga oshiriladi.

Keyingi sotib olish bilan korxonani ijarağa berish. O'z biznesingizni tashkil qilish shakllaridan biri bu tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish maqsadida ijara shartnomasi bo'yicha korxonalar uchun mulkiy majmua sifatida ijarağa berishdir.

Lizing oluvchi, ijarağa oluvchi va ijarağa beruvchiga ijarağa beruvchilar o'rtasidagi munosabatlar yozma shaklda tuzilgan va davlat ro'yxatidan o'tkazilishi kerak bo'lgan ijara bilan tartibga solinadi. Korxonani topshirish o'tkazish dalolatnomasiga binoan amalga oshiriladi.

Tegishli tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish uchun ruxsatnoma (litsenziya) asosida olingan lizing beruvchining huquqlari lizing oluvchiga berilmaydi, ammo litsenziyaga bo'lgan huquq belgilangan tartibda lizing oluvchiga qaytarilishi mumkin.

Korxonani ijarağa olayotganda, lizing oluvchi ijaramni to'laydi. Ijara haqini to'lash tartibi, shartlari va ijara shartnomasida belgilanadi. Ijara butun ijarağa olingan korxonalar uchun yoki uning har bir tarkibiy qismi uchun alohida belgilanishi mumkin.



3.5. Tadbirkorlik faoliyatini litsenziyalash

Yaqin vaqtgacha litsenziyalash sohasida yagona huquqiy ta'minot qoidalari mavjud emas edi. «Faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash to'g'risida» qonunining, ma'lum bir faoliyat turlarini litsenziyalash uchun o'tatilgan litsenziyalash tartibini tarqatmaslik to'g'risidagi normalari, ilgari kuchga kirgan boshqa federal qonunlar bilan litsenziyalanishi yagona litsenziyalash tartibining prinsipiga zid edi.

Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligiga kiruvchi Rossiya davlati tomonidan «Faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash to'g'risida» qonunga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish to'g'risida Qonun Rossiya Federatsiyasida litsenziyalash tartibini soddalashtirish va soddalash, litsenziyalanadigan faoliyat turlarining yagona chegaraviy ro'yxatini belgilash va faoliyat turlarini qisqartirish maqsadida ishlab chiqilgan.

Ushbu Qonunda belgilangan litsenziyalash tartibi litsenziyalash qonunda belgilangan faoliyatga, shu jumladan «Ayrim faoliyat turlarini litsenziyalash to'g'risida» federal qonun kuchga kirgunga qadar boshqa federal qonunlar bilan litsenziyalanadigan faoliyatga nisbatan qo'llaniladi. Bu muayyan faoliyat turlarini litsenziyalashni tartibga soluvchi turli xil huquqiy qoidalarni qo'llash imkoniyatini istisno qiladi.

Qonunda 104 ta faoliyat turlarini o'z ichiga olgan litsenziyalanadigan faoliyat turlari ro'yxati belgilanadi, bu amaldagi qonunlarga muvofiq ilgari litsenziyalanganidan ancha past.

Davlat tomonidan tartibga solish to'liq tartibga solinadigan va davlat nazorati va nazorat organlari tomonidan funksional majburiyatlari tufayli boshqa usullar bilan, shu jumladan davlat normalari, davlat standartlari, sertifikatlash, muvofiqlik deklaratsiyasi, akkreditatsiya, ariza bilan amalga oshiriladigan faoliyat litsenziyalash sohasidan chiqarildi. Sanitariya, qurilish va boshqa qoidalar. Shu bilan birga, davlat me'yorlari va qoidalarini buzganlik uchun amaldagi qonunchilikda ma'muriy, ayrim hollarda jinoiy javobgarlik, mansabdor shaxslarning o'z vazifalarini lozim darajada bajarmaganliklari uchun javobgarligi belgilanganligi hisobga olingan.

Qonun talabnoma beruvchini ro'yxatdan o'tkazishni soddalashtirishga qaratilgan, soddalashtirilgan ro'yxatga olish tartib-qoidasi tushunchasi shunday tarzda shakllantirilganki, ro'yxatga olish organlari nafaqat yuridik shaxslarni ro'yxatga olish faktlari, balki reestrdaagi ushbu yuridik shaxs to'g'risidagi barcha o'zgarishlar to'g'risida xabardor qiladilar.

Ro'yxatga olish tartibini soddalashtirish, ma'lumotlarning ishonchiligi va dolzarbligini ta'minlash uchun yuridik shaxs to'g'risida taqdim etmaslik yoki o'z vaqtida taqdim etmaslik yoki noto'g'ri ma'lumotlar taqdim etganlik uchun xo'jalik yurituvchi subyektlarning jinoiy va ma'muriy javobgarliklari bilan muvozanatlashtirilishi kerak. Bir tomondan yuridik shaxslarning yagona davlat reestri va boshqa tomondan, noqonuniy ravishda rad etish va ro'yxatga olishdan himoya qilish. Ushbu normalar «Rossiya Federatsiyasi Jinoyat kodeksiga va Rossiya Federatsiyasining Ma'muriy huquqbuzartliklar to'g'risidagi kodeksiga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish to'g'risida» federal qonunida ko'zda tutilgan.

Boshqaruv tamoyillari.

Prinsip – bu nazariyaning asosiy, boshlang'ich pozitsiyasi, har qanday faoliyat sohasidagi nazorat predmetining xulq-atvori yoki shaxsning xulq-atvor qoidalari. Har qanday muammoni hal qilishda muvaffaqiyat tamoyillarning tuzilishi va tarkibining haqiqiyiligiga bog'liq. Prinsiplar qonunlarning davomi, mujassamidir. Prinsip «pechka» bo'lib, undan «raqsga tushish», har qanday biznesni boshlash kerak. Prinsiplarni o'rganmasdan, muvaffaqiyatga umid qilmang. Quyida biz muhim

obyektlarni boshqarish uchun shakllantirgan tamoyillar mavjud. Ular ixtisoslashtirilgan adabiyotlarda batafsilroq tasvirlangan.

Mamlakat iqtisodiyotini boshqarish tamoyillari:

- ekotizimni saqlab, barcha tarkibiy qismlarning resurslarni tejaydigan ko'payishidan foydalangan holda mamlakat iqtisodiyotining hayotini ta'minlash tizimini takror ishlab chiqarish tamoyili;
- ierarxiyaning barcha darajalarida boshqaruvni huquqiy tartibga solish tamoyili;
- mamlakat iqtisodiyoti rivojlanishining ijtimoiy yo'nalishi tamoyili;
- Boshqaruv tizimlarining ilmiy asoslanganligi tamoyili;
- iqtisodiyotni innovatsion rivojlanish yo'lga yo'naltirish tamoyili;
- boshqaruv obyektlarini ahamiyati bo'yicha tartiblash tamoyili;
- boshqaruv nazariyasi va amaliyotining birligi tamoyili;
- obyektning raqobatdosh ustunliklarini saqlab qolish va rivojlantirish tamoyili;
- boshqaruv jarayonlarini tashkil etishni ta'minlash tamoyili;
- shakllar va boshqaruv usullarini oqilona uyg'unlashtirish tamoyili;
- Boshqaruv qarorlarini 8 omilga (vaqt, sifat, miqvos, rivojlanish darajasi yoki tajribasi, inflyatsiya, xavf va noaniqlik, ma'lumot olish usuli, boshqarish obyektini foydalanish shartlari) muvofiq tanlashda ularni taqqoslashni ta'minlash tamoyili.

Tuzilmalarni soddalashtirish prinsiplari:

- obyektini boshqarish tizimining qonuniy asosiligi;
- tashkilotning strukturasi mavjudligi falsafasi va maqsadi, mazmuni va maqsadlari aniq belgilangan missiyasini shakllantirish
- boshqaruv obyektining raqobatdoshligiga erishish uchun faoliyatni yo'naltirish;
- ma'lum bir bozorda, raqobat qonuni mexanizmini va undagi raqobat kuchini o'rganish;
- tashkilotning maqsadlarini iyerarxiyaning kamida uchta darajasiga tuzatish, maqsadlarni tahlil qilish va sintez qilish;
- yuqori menejerlar uchun strategik masalalarning taktik masalalardan ustunligini ta'minlash;
- tashkilot tuzilishining miqdoriy aniqligini ta'minlash;

- yangi axborot texnologiyalariga asoslangan ishlab chiqarish va boshqarishni avtomatlashtirish darajasini oshirish;

- moslashuvchan, oson moslashadigan tuzilmalarni qurish, virtual tuzilmalarni yaratish, Internet, telekommunikatsiya va boshqa elektron tarmoqlardan foydalanish, a'frof-muhit parametrlari monitoringi orqali tashkilotning tashqi muhitga moslashishini ta'minlash;

- strukturani muammolarga yo'naltirish;
- tizimdagi tarkibiy qismlar va munosabatlar sonini maqbul darajaga kamaytirish;

- tashkilot va uning bo'limalarini ixtisoslashtirish va univert-sallashtirishning maqbul darajasini ta'minlash;

- hosildorlik tarkibi tarkibiy qismlarning mutanosibligini, sifatini, zarur axborot va moddiy resurslarning mavjudligini ta'minlash va boshqalar;

- strukturaning to'g'ridan-to'g'riligini ta'minlash;

- ratsional tuzilmalarni rivojlantirishni rag'batlantirish.

Jarayonlarni tartibga solish tamoyillari:

- tashkilot faoliyatini huquqiy tartibga solish;

- turli tuzilmalarni boshqarish tizimini takomillashtirish;

- har qanday tuzilma faoliyatiga marketing yondashuvini qo'llash;

- har qanday faoliyatni sifatini yaxshilashga yo'naltirish;

- tizim, rivojlanishining innovatsion tabiati;

- sinergistik ta'sirdan maksimal darajada foydalanadigan raqobatbardosh mutaxassislar jamoasini tanlash;

- tizimning tashqi va ichki muhitga moslashishi;

- ko'rsatkichlar, vazifalar va boshqa omillarni ahamiyati va samaradorligi bo'yicha tartiblash;

- boshqaruv omillarini 8 omil bo'yicha taqqoslashni ta'minlash;

- boshqaruvni personallashtirish;

- boshqaruvning tashqi muhit va ichki tuzilishdagi o'zgarishlarga sezgiriligi;

- barcha funksiyalarni boshqarish jarayonlarini avtomatlashtirish;

- rejalashtirilgan natijalarga erishishni rag'batlantirish;

- mutanosiblik, uzluksizlik, to'g'ridan-to'g'ri, parallelizm, samaradorlik, ritm va boshqalarni amalga oshirishning maqbul darajasini ta'minlash;

- xodimlarni boshqarishning turli usullarini oqilona uyg'unlashtirish;

- ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlarini me'yoriy tartibga solish;

- moliyaviy barqarorlik va tashkilotning ishonchliligini ta'minlash.

Menejment subyekti sifatida rahbarning ishlash tamoyillari:

- iqtisodiy boshqaruv tamoyillariga rioya qilish;

- menejer-rahbarga qo'yiladigan malaka talablarini bajarish;

- boshqaruv usullarini oqilona uyg'unlashtirish;

- tashkilotni boshqarish tizimini qurish;

- strategik masalalarning taktik masalalardan ustunligi;

- boshqaruvga 20 ta ilmiy yondashuvni qo'llash;

- shaxsning (ijrochining) psixologik portretini qurish va o'rganish;

- shaxsga hurmat;

- qo'l ostidagi xodimlarning mehnatini rag'batlantirish;

- bitta odamni boshqarish;

- korporativ ruh (A. Fayolga ko'ra);

- mehnatni ilmiy tashkil etish (A. Gastevga ko'ra);

- boshqaruv vazifalarini bajarilish tartibini ularning ahamiyati bo'yicha belgilash (D. Eyzensaueriga ko'ra);

- sifatni ta'minlash falsafasini o'rganish (E. Demingga ko'ra);

- jamoada normal axloqiy va ruhiy muhitni ta'minlash;

- hajm, sifat, xarajatlar va muddatlar bo'yicha ishlarning bajarilishini muvofiqlashtirish va nazorat qilish;

- ish va dam olish rejimiga rioya qilish;

- mojaro va stressni boshqarish.

Dastlab, biz «usul» tushunchasini shakllantiramiz. Bizning ishimizda asosan turli xil obyektlarni boshqarish sohasida har qanday ish, funktsiya yoki operatsiyani bajarish usullarini ko'rib chiqamiz. Usul – har xil obyektlarni (marketing, raqobatbardoshlik, sifat, resurslar, xodimlar, ishlab chiqarish, logistika va boshqalar) boshqarishning har qanday

universal yoki umumiy funksiyasini nazariy tadqiq qilish yoki amaliy amalga oshirish usuli.

Innovatsion menejment samaradorligini oshirish uchun nafaqat taniqli tahlil qilish, prognozlash, baholash, optimallashtirish, rejalashtirish, jarayonlarni tashkil etish, buxgalteriya hisobi, nazorat va motivatsiya usullari, turli xil obyektlarni boshqarish usullari, balki innovatsion menejmentning o'ziga xos usullarini ham qo'llash kerak. Ikkinchisiga ilmiy yondashuvlar, funksional-iqtisodiy tahlil, tizimli tahlil, optimallashtirishning iqtisodiy va matematik usullari (operatsiyalarni o'rganish usullari) kiradi.

Ushbu ish doirasida yuqorida keltirilgan barcha usullar guruhlarini batafsil tasvirlab bo'lmaydi, ko'pgina kitoblar ularga bag'ishlangan. Bu yerda biz faqat maqsadlarga ko'ra usullarni guruhlash va eng muhim usullarning ta'riflarini beramiz.

Tahlil usullari.

Umimlashtirilgan ruknda biznesni tahlil etish jamlamasi 5-chizmada keltirilgan.

Funksional xarajatlarni tahlil qilish – bu obyektning hayotiy siklidagi umumiy xarajatlar birligiga foydali samarani (daromadni) oshirish uchun obyektning (mahsulot, jarayon, tuzilish) belgilangan maqsadi uchun foydalaniladigan tizimli tadqiqot usuli. Funksional xarajatlarni tahlil qilishning o'ziga xos xususiyati tahlil qilinadigan obyekt muayyan sharoitlarda bajarishi kerak bo'lgan funksiyalar to'plamini yoki mavjud obyektning funksiyalariga ehtiyojni belgilashdan iborat.

Faktorlar tahlili – funksiyalarni takomillashtirish bo'yicha tashkiliy va texnik tadbirlar rejasini ishlab chiqishda omillarni tartiblashtirish maqsadida omillarga ta'sirchan ta'sir kuchini belgilash (obyektning foydali ta'siri, umumiy xarajatlar elementlari, mehnat unumdorligi, kapital unumdorligi va boshqalar).

SWOT tahlilining g'oyasi quyidagicha:

- a) tashqi tahdidlarni yangi imkoniyatlar va ichki zaif tomonlarga aylantirish uchun harakatlardan foydalanish;
- b) cheklangan imkoniyatlarga muvofiq kompaniyaning kuchli va raqobatdosh ustunliklarini rivojlantirish.



3.5-chizma. Biznesni tahlil etish jamlamasi

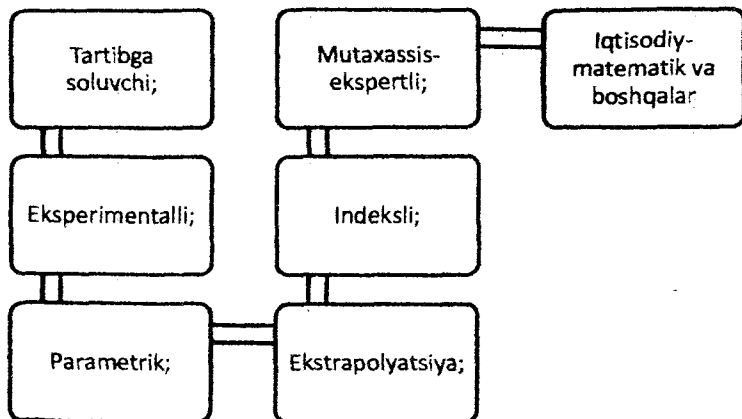
Tizimli tahlil – obyekt sifatida tizimli yondashuv nuqtayi nazaridan tizim sifatida kompleks tahlil qilish, shu jumladan:

- tashkilotni boshqarish tizimining barcha quyi tizimlarining barcha tarkibiy qismlarining sifat darajasini tahlil qilish;
- tashqi va ichki omillar ta'sirini, ularning va asosiy raqobatchilarning kamchiliklari va afzalliklarini tahlil qilish;
- har bir bozorda va umuman tashkilotda har bir mahsulotning raqobatdoshligi va samaradorligini tahlil qilish;
- turli xil ijtimoiy-iqtisodiy obyektlarni boshqarishning ilmiy darajasini tahlil qilish.

Tizimli tahlil o'tkazishda yuqorida muhokama qilingan barcha tahlil usullaridan foydalanish kerak. Tahlil sifatini oshirish uchun quyidagi yordamchi tahlil usullaridan foydalanish tavsiya etiladi: xulosalar va

guruhlar; mutlaq va nisbiy qiymatlar; o'rtacha va og'irlikdagi o'rtacha qiymatlar; vaqt seriyasi; doimiy va tanlangan kuzatuvlar; batafsillashtirish va umumlashtirish va boshqalar.

Proгноz usullari:



Tadqiqot operatsiyalari usullari (yoki optimallashtirish):

- chiziqli dasturlash usullari;
- simpleks usuli;
- ikki tomonlama vazifa;
- transport vazifasi;
- butun sonli dasturlash;
- o'yin nazariyasi va boshqalar;
- nochiziqli dasturlash usullari (modellar):
- Lagranj multiplikatori usuli;
- konveks dasturlash modellari;
- dinamik dasturlash modellari;
- maxsus operatsiyalar tadqiqot modellari;
- tarmoqni rejalashtirish va boshqarish modellari;
- navbat nazariyasi inventarizatsiyani boshqarish modellari va boshqalar

Strategik marketingning usullari:

- bozor parametrlari, yangi ehtiyojlar, zarur qiymatlar, tovarlar va ishlab chiqarish sharoitlari parametrlarining o'zgarishi;
- tahlil va baholash;
- modellashtirish;
- ehtiyojlar va qadriyatlarni aniqlashtirish;
- strategik bozor segmentatsiyasi;
- muayyan bozorlarda tovarlarning raqobatbardoshligini belgilash;
- tashkilot strategiyasining parametrlarini hisobga olish.

Taktik marketing usullari (funktsiyalari):

- bozorni taktik taqsimlash;
- iste'molchilarni o'rganish;
- me'yoriy va uslubiy hujjatlarda marketing yondashuvini amalga oshirish - tashkilot tarkibiy bo'linmalarining har qanday faoliyatini iste'molchiga yo'naltirish;
- marketing muhiti va raqobatchilarni o'rganish;
- tovarlar va tashkilotlarning raqobatbardoshlik standartlarini aniqlashtirish;
- tovarlar kontsepsiyasini ishlab chiqishda ishtirok etish, tashkilotni rivojlantirish, bozorga kirish;
- narxlash;
- tarqatish va tarqatish kanallarini tanlash;
- reklama;
- jamoatchilik bilan aloqalar (jamoatchilik bilan aloqalar);
- bozor ulushini oshirishni va sotishni tezlashtirishni rag'batlantirish.

Narxlarni aniqlash usullari:

- o'z xarajatlari va foyda chegaralariga e'tiborni qaratish;
- tovarlar sifatiga (foydali ta'sirga) e'tibor qaratgan holda - o'zlari va raqobatchilari;
- tovarlarga bo'lgan talab va ma'lum bir bozorda raqobat kuchiga e'tibor qaratish;

- korrelyatsion-regressiv narxlash modellariga asoslangan;
- shartnomalar, kim oshdi savdolari, birja bitimlari va boshqalar asosida.

Mahsulot sifatini tahlil qilish (takomillashtirish) vositalari:

- tashkiliy, texnik va iqtisodiy omillar o'rtasidagi bog'liqlik sxemalari;
- natijada paydo bo'lgan ko'rsatkichni yaxshilaydigan omillarning mantiqiy sabablar diagrammasi;
- Pareto diagrammasi - tartiblash omillarining grafik usuli;
- korrelyatsion maydonlar;
- gistogrammalar;
- nazorat ro'yxati;
- boshqaruv kartasi va boshqalar.

Xodimlarni boshqarish usullari – menejment subyekting (menejering) obyektga (ijrochiga) menejmentning strategik va taktik maqsadlarini amaliy amalga oshirish uchun ta'sir qilish usullari. Xodimning boshqaruv objekti sifatida erkinlik darajasiga qarab, biz xodimlarni boshqarish usullarini uchta turga ajratishni taklif qilamiz.

1. Ob'jekt cheklangan erkin harakatlarga ega bo'lsa va nazorat qilish subyekti uni o'z irodasini bajarishga majbur qilsa, majburlash usullari;

2. Ob'jekt katta harakat erkinligiga ega bo'lsa va boshqarish subyekti sizni vazifani bajarish uchun obyektini rag'batlantirish (rag'batlantirish, rag'batlantirish) uchun oqilona sabablarni izlashga majbur qiladigan motivatsiya usullari;

3. Ishontirish usullari, obyekt sezilarli harakatlar erkinligiga ega bo'lganida va boshqaruv subyekti shaxsning psixologik portretini, uning rivojlanish tendensiyalari va motivlarini o'rganishga e'tibor qaratib, psixotexnologiyadan foydalanib obyektga ta'sir qilish usullarini shakllantirishi.

Innovatsiyalar, raqobatbardoshlikka yo'naltirilgan xodimlarni boshqarish quyidagi xususiyatlarga ega:

- butun tashkilot uchun ham, jismoniy shaxs uchun ham atrof-muhit parametrlarining yuqori noaniqligi;

- doimiy ravishda o'z malakalarini bilimlarni oshirish, sog'liqni saqlash. Bilim – bu kuch, muvaffaqiyat kaliti;
- kuchli raqobatchidan, doimiy kutish. Raqobat – turmush tarzi, rivojlanishning harakatlantiruvchi kuchi;
- yangilarga ijobiy munosabat;
- vaziyatlarga yuqori darajada moslashish;
- bajarilgan ishning yangiligi, murakkabligi, o'ziga xosligi;
- shaxsning psixologik xususiyatlarining keng doirasi;
- investitsiyalarning yuqori xavfi va operatsiyalarning yakuniy natijalariga erishishning noaniqligi;
- mehnatni tashkil etish parametrlarining noaniqligi;
- kadrlarning yuqori aylanmasi;
- katta daromad olish imkoniyati;
- eng yuqori darajadagi ehtiyojlarni ro'yobga chiqarish imkoniyati: o'zini namoyon qilish, o'zini namoyon qilish uchun ijtimoiy ehtiyojlar va ehtiyojlar, yuqori ijodiy natijalarga erishish.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Davlat ro'yxatidan o'tkazish. Prognoz. Sifat tahlili usullari. Strategik va taktik marketing. SWOT-tahlili. Boshqaruv tamoyillari. Menejer. Psixologik portret.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. Boshqaruv qarorlarining sifatini oshirish uchun qanday iqtisodiy qonunlarni tahlil qilish kerak?
2. Vaqtni tejash qonunining mohiyati nimada?
3. Raqobat qonunining mohiyati nimada?
4. Boshqaruv qarorlari va menejmentni tashkil etish sifatini oshirish uchun tashkilotning qaysi qonunlarini tahlil qilish kerak?
5. Sinergiya qonunining mohiyati nimada?
6. Tizimli yondashuvning mohiyati nimada?
7. Tizim qanday xususiyatlarga ega?
8. Tizimning qo'shilmaslik xususiyatini aytib bering.
9. Tizimning ierarxik xususiyati qay tarzda namoyon bo'ladi?

10. Irsiyat sistemasi qanday tahlil qilinadi?
11. Tizimning paydo bo'lishi nima?
12. Qiyoslash xususiyatlarini kengaytiring.
13. Tekshirishga reproduktiv-evolyutsion yondashuvning mohiyatini ochib bering.
14. Marketing usulining mohiyati nimada?
15. Innovatsion yondashuvning mohiyati nimada?
16. Eksklyuziv yondashuvning doirasi nimadan iborat?
17. Nima uchun o'tish davri iqtisodiyotida menejmentga biznes yondoshuvi talablariga rioya qilish kerak?
18. Raqobatbardoshlikni baholash tamoyillarini kengaytiring.
19. Iqtisodiy boshqaruv tamoyillarini kengaytiring
20. Strukturalarni ratsionalizatsiyalash printsiplari jarayonlar ratsionalizatsiyasi prinsiplaridan nimasi bilan farq qiladi?
21. Rahbarning ishlash prinsiplari va boshqaruv obyektini ish prinsiplari o'rtasida qanday farq bor?
22. Funktsional xarajatlarni tahlilining mohiyati nimadan iborat?
23. Faktorli tahlil nima uchun ishlatiladi?
24. Tizimli tahlilning mohiyati nimada?
25. Prognozlash usullarini sanab bering.
26. Operatsiyalarni tadqiq qilish usullarini tasniflashni kengaytirish (optimalashtirish).
27. Strategik marketing usullarini sanab bering.
28. Taktik marketing usullarini sanab bering.
29. Mahsulot sifatini tahlil qilish uchun qanday vositalar mavjud?
30. Xodimlarni boshqarish usullarining mohiyatini ochib bering.

4. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

- 4.1. Boshqarishning marketing usuli.
- 4.2. Innovatsion marketing jarayonlari.
- 4.3. Innovatsiyaning brend va narx strategiyasi.

4.1. Boshqarishning marketing usuli

Marketingda marketing konsepsiya (tushuncha)si va haqiqiy marketing faoliyati ajralib turadi.

Marketing tushunchasi – bu ishlab chiqarish, talab va sotish (savdo)ni tahlil qilish, rejalashtirish va boshqarish yo‘nalishidagi qarashlar tizimi yoki g‘oyasi.

Marketing tushunchasi ma‘lum bir iste‘molchilar guruhining ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan. Innovatsion marketing konsepsiyasi ishlab chiqaruvchilarning bozordagi innovatsion maqsadlarini tavsiflaydi. Kontsepsiya innovatsiyalar iste‘molchilarning yangi mahsulotlarga bo‘lgan talablarini, bozorni rivojlantirish qonuniyatlarini va ushbu yangilik uchun bozor xususiyatlarini bilishga asoslanganligini talab qiladi.

Ishlab chiqaruvchi ma‘lum bir xaridor (iste‘molchi) asosida yangi mahsulot va (yoki) ularni tezda sotish maqsadida operatsiyalarni ishlab chiqaradi. Ushbu savdo bizga nafaqat pulni (kapitalni) olish, balki eng muhimi imidjimizni yaxshilash, reytingimizni oshirish, kelajakda yaxshi moliyaviy holatni ta‘minlash va nihoyat mijozlarimizning ehtiyojlarini aniq belgilash va qondirish imkonini beradi.

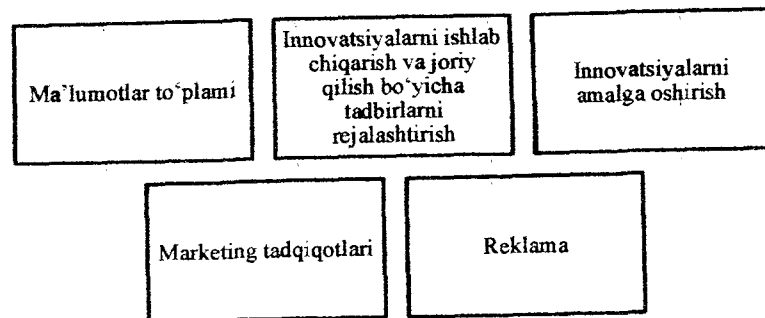
Xaridorlarning qiziqishlari, ehtiyojlari va xususiyatlari turlicha, shuningdek, har xil miqdordagi kapital (yoki bo‘sh pul mablag‘lari)ga egalik qiladi.

Marketing sohasidagi marketing faoliyati turlarining kombinatsiyasi marketing innovatsiyasining funksiyasidir.

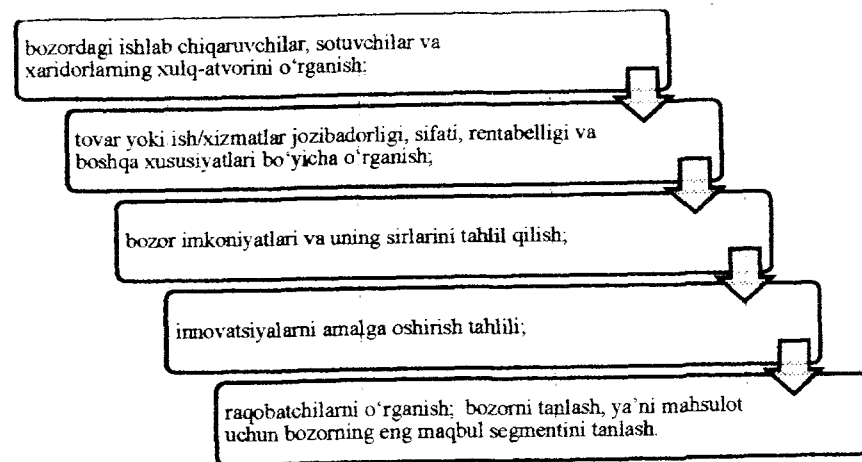
Ushbu funksiyalar:

Marketing tadqiqotlari butun marketing jarayonini qamrab oladi – yangi g‘oyalar va mahsulot turlarini qidirishdan boshlab, ularni oxirgi foydalanuvchi qo‘llashigacha. Shuning uchun faoliyatning barcha turlari va marketing sohalari ko‘rib chiqiladi, xususan: mahsulotning o‘zi,

operatsiyalar (ya‘ni texnologiyalar), xaridor, sotuvchi, bozor, mahsulot sotiladigan joylar va (yoki) operatsiyalar, reklama va boshqalar.



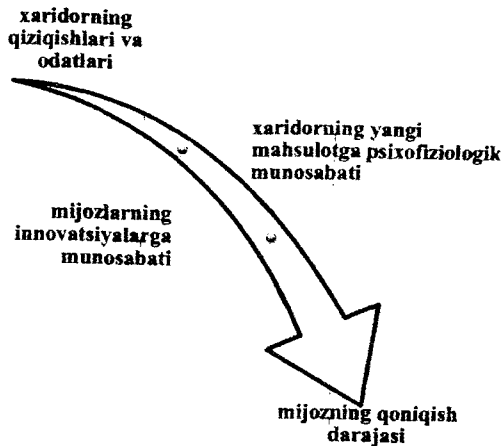
Marketing tadqiqotlari bir qator faoliyat turlarini o‘z ichiga oladi:



Marketing faoliyati – bu talabni boshqarishdir. Binobarin, tadbirkorlik sohasidagi marketing deganda talabni tasniflash, bozor imkoniyatlarini tahlil qilish, marketing komplekslarini ishlab chiqish va qo‘llash (narx siyosati, aloqa siyosati, yangiliklarning tarqalishi) asosida tadbirkorlik faoliyatini boshqarish tushuniladi.

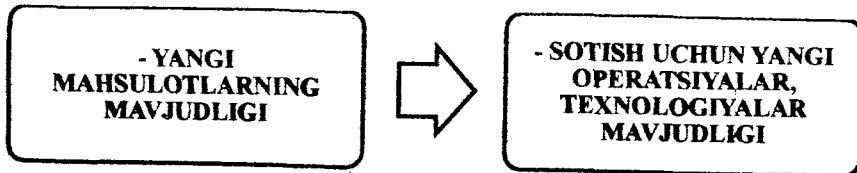
Marketing faoliyati yangi mahsulot va operatsiyalarga talabni tasniflash sxemasini ishlab chiqish bilan boshlanadi, bu talabni o'rganish, Tovar yoki xizmat va ishlar bozorini segmentatsiyalash, maqsadli segmentlarni tanlash va bozorda yangiliklarni joylashtirish uchun asos yaratadi.

Talabni tasniflash, quyidagi xususiyatlarga asoslanishi mumkin:



4.2. Innovatsion marketing jarayonlari

Innovatsion marketing faqat yangi mahsulotlar va yangi texnologiyalar (operatsiyalar) bilan shug'ullanadi. Marketing innovatsiyalarining xususiyatlari ikki omilga bog'liq:

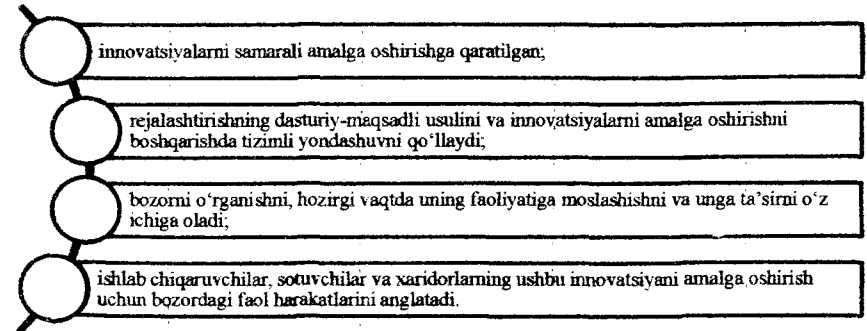


Innovatsion marketing – bu ishlab chiqaruvchilarning innovatsiyalarni ishlab chiqarishni boshqarishga va innovatsiyalarni amalga

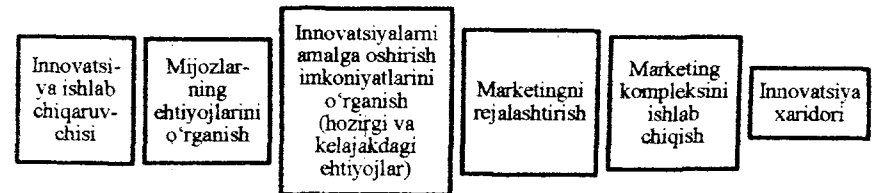
oshirishni boshqarishda vositachilar (sotuvchilar), shuningdek xaridorlar tomonidan sotib olingan yangiliklarni boshqarishda tizimli yondoshish.

Innovatsion marketing – bu innovatsiyalarni ishlab chiqarishni rejalashtirish, bozorni o'rganish, aloqalarni o'rnatish, narxlarni belgilash, innovatsiyalarni ilgari surishni tashkil etish va xizmatlarni joylashtirishni o'z ichiga oladigan jarayon.

Innovatsion marketing menejment vazifasi sifatida:



Marketing innovatsiyasi jarayoni quyidagicha ifodalanishi mumkin.



Biznes-jarayon – bu bir yoki bir nechta kirishdan boshlab, mijozga kerak bo'lgan mahsulotlarni yaratishgacha bo'lgan ichki faoliyat turlari (bosqichlari) majmui. Har bir biznes jarayonining maqsadi xaridorga mahsulot yoki xizmatni, ya'ni narx, chidamlilik, xizmat ko'rsatish va sifat jihatidan uni qondiradigan mahsulotlarni taklif qilishdan iborat.

Biznes jarayonlarini ikki guruhga bo'lish mumkin: ishlab chiqarish va ma'muriy. Ishlab chiqarish biznes-jarayonlarini takomillashtirish

tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishga yo'naltirilgan; ma'muriy biznes jarayonlarini takomillashtirish yangi mahsulotni ishlab chiqish, buyurtmalarni qayta ishlash, kreditorlar bilan hisob-kitoblar kabi barcha qo'llab-quvvatlanadigan jarayonlarni takomillashtirishga qaratilgan.

4.3. Innovatsiyaning brend va narx strategiyasi

Innovatsiyalarning bozorga kirishiga sabab tadbirkorlik subyektlari o'rtasidagi qattiq raqobatdir. Ushbu musobaqadagi g'alabani muvaffaqiyati ko'p jihatdan to'g'ri ishlab chiqilgan brend strategiyasi va uni qo'llash samaradorligi bilan belgilanadi.

Keng ma'noda brend strategiyasi deganda, o'z tovar belgilarini bozorda ilgari surish asosida xo'jalik yurituvchi subyektning imijini yaxlit rivojlantirishni anglatadi. Mahalliy iqtisodiy adabiyotlarda brend strategiyasi soddalashtirilgan shaklda brendlash sifatida namoyon bo'ladi (bu orqali mualliflar faqat «tovarlar harakatining bozor vositasi» ni tushunadilar). Tovar strategiyasi brendni rivojlantirish va harakatga asoslangan.

Brend(ing, brend – savdo belgisi) – bu mahsulot (xizmat)ning moddiy va nomoddiy xususiyatlarining yig'indisi bo'lib, ular birgalikda iste'molchilarning ongini shakllantiradi va xo'jalik subyektining bozorda o'rmini aniqlaydi. Boshqacha qilib aytganda, brend bu tadbirkor uchun bozorda qo'shimcha raqobatdosh ustunliklarni yaratadigan ajralmas marketing kompleksidir.

Brend strategiyasi innovatsiyalarni boshqarish usuli sifatida innovatsion brendlarni ilgari surish asosida yangi mahsulot va operatsiyalarni marketing jarayonini boshqarishni anglatadi. Brend innovatsiya va yangi mahsulot yoki operatsiyaning xarakterli (moddiy va nomoddiy) xususiyatlari tizimi sifatida aniqlanishi mumkin. Iste'molchining ongini shakllantiradi va ushbu yangilikning bozordagi o'rmini, shuningdek uni ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchini belgilaydi.

Brend moddiy va nomoddiy xususiyatlarni o'z ichiga oladi, ular birgalikda sotish predmetini tashkil etadi, ya'ni tovarlar. Shuning uchun ular tijorat xarakteristikasini namoyon etadi. Ushbu moddiy va nomoddiy xususiyatlar majmuada birlashtirilib, xaridor uchun yangilikning, shuningdek ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining obrazlarini to'liq yaratadi. Tovar mijozni ushbu mahsulotni (operatsiyani) bozorda mumkin bo'lgan

barcha mahsulot (operatsiyalar) ichidan tanlashga majbur qiladi. Moddiy xususiyatlarga mahsulotning xususiyatlari, uning shakli, og'irligi, tashqi ko'rinishi, qurilmasi, ishlab chiqarilgan xomashyo va boshqalar kabi xususiyatlar kiradi. Innovatsiyaning nomoddiy xususiyatlari uning egasi ushbu yangilikdan foydalanishi mumkin bo'lgan afzalliklari yoki qulayliklarini, masalan, bitim davomiyligi, reklama, baho va h.k. Innovatsiya ishlab chiqaruvchisi brendi faqat nomoddiy xususiyatlarni o'z ichiga oladi: ishonchlilik, qulaylik, xizmat ko'rsatish va kafolat xizmati, tegishli (qo'shimcha) xizmatlar, savdo markasi, xizmat ko'rsatish belgisi, korporativ identifikatsiya, reklama va h.k. Brend innovatsiya sotuvchisiga ushbu mahsulotni (operatsiyani) uning qiymati, darajasi muhim xususiyat bo'lgan dasturiy ta'minot versiyasi darajasida belgilashga imkon beradi.

Innovatsion brend strategiyasi quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi:

- bozorning holati va innovatsion rivojlanish yo'nalishini tanlash;
- g'oyalarni izlash va innovatsiyalarni ishlab chiqarishni rejalashtirish;
- tashkiliy faoliyat (marketing tadqiqotlari, talabni o'rganish, reklama kompaniyalari va h.k.);
- innovatsiyalarni ishlab chiqarishni tashkil qilish;
- innovatsiyalarni rivojlantirish va tarqatish bo'yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqish va amalga oshirish.

Innovatsion brend ma'lum xususiyatlarga ega. Tovar xususiyatlari deganda funksional va hissiy birlashmalar, bozorda innovatsiyalar natijalarini mijozlar yangi mahsulot yoki operatsiyani baholashlari tushuniladi. Innovatsion brend muayyan individuallikka ega. Brendning o'ziga xosligi uning iste'molchi uchun ahamiyati, ya'ni brend muallifining xaridorlarga bergan uzoq muddatli va'dasidir. Bozor shiddatli raqobatbardosh bo'lib, bu ishlab chiqaruvchilar o'z mahsulotlarini, xoh u eski xoh yangi mahsulotlar bo'lsin, ilgari surish uchun xarajatlarining keskin oshishiga olib keladi. Chet elda ko'plab firma va kompaniyalar o'z xodimlarida brend menejeriga ega. Ba'zi rus kompaniyalarida brend menejerlari ham mavjud. Ular brendlarning rivojlanishi uchun javobgardirlar, ular individual mahsulotlarni ishlab chiqarishni rejalashtiradilar, brendlarni targ'ib qilish faoliyatini rivojlantiradilar va brendlarning o'zi va ularni targ'ib qilish bo'yicha faoliyatining samaradorligini baholaydilar.

Korxonaning samarali brend strategiyasidan foydalanish unga bir qator raqobatdosh ustunliklarni beradi.

1. Korxonada brendni raqobatchilar uchun tabiiy to'siq yaratadi. Bu raqobatchilarni marketing tadqiqotlarini o'tkazish, o'z markasi uchun reklama kompaniyalarini rivojlantirish va hokazolarga kapital qo'yishga majbur qiladi.

2. Samarali brendning mavjudligi korxonaga yangi mahsulot va operatsiyalarni (texnologiyalarni) bozorga chiqarishni, ichki bozorda yangi bo'shliqlarni egallashni, tashqi bozorlarni egallashni va boshqalarni osonlashtiradi.

3. Brend kompaniyaga qayta sug'urtalash uchun qo'shimcha vaqt beradi. (ya'ni inqiroz sharoitida bozorda o'z faoliyatini qayta qurish uchun). Samarali tovar brendi shakllantirilgandan so'ng, u reklama kompaniyasining katta xarajatsiz va mahsulotga bahoni keskin pasaytirmasdan xo'jalik yurituvchi subyektning bozor ulushini himoya qilishi mumkin.

Brend yaratish - bu bozor, iste'molchilar va raqobatchilarning chuqur bilimlarini talab qiladigan ijodiy ish. Bu juda uzoq davom etadigan murakkab va qimmat jarayon, shuning uchun yirik kompaniyalar brendni rivojlantirishga ixtisoslashgan firmalarni jalb qiladi.

Boshqarishning narx usuli.

Menejmentda narxlarni boshqarish – bu amalda narx mexanizmiga ta'sir ko'rsatish usuli. U ikkita asosiy elementni o'z ichiga oladi:

- 1) ishlab chiqarish bosqichida ishlaydigan narx omillari;
- 2) innovatsiyalarni joriy etish, ilgari surish va tarqatishda qo'llaniladigan narx siyosati.

Ushbu elementlar narxlarni boshqarish tuzilishini shakllantiradi. Tuzilish har qanday mexanizm yoki hodisaning tarkibiy qismlarining nisbiy holati va o'zaro bog'liqligini anglatadi.

Yangi mahsulotni ishlab chiqarish yoki operatsiya qilishda narx omillari tashqi va ichki hisoblanadi. Ushbu tadbirkorlik subyektiga nisbatan tashqi omillar hal qiluvchi ahamiyatga ega. Innovatsiyalar ishlab chiqaruvchisi yoki sotuvchisi asosan bozorga yo'naltirilgan bo'lib, bu yerda narx bozor muvozanatining tartibga soluvchisi hisoblanadi.

Klassik ta'rifga ko'ra, narx – bu mahsulot qiymatining (almashinuv qiymatining) pul ifodasi. Tovarning qiymati – bu tovarga kiritilgan mehnat. Agar mahsulotga talab tovar-pul munosabatlari nuqtayi

nazaridan uning taklifiga to'g'ri kelsa, narx qiymatga mos keladi. Narx ikki chegaraga ega: pastki va yuqori. Bahoning pastki chegarasi – bu mahsulot ishlab chiqarish tannarxi va tarqatish xarajatlari yig'indisi, ya'ni tovarlarni sotish bilan bog'liq xarajatlar. Narxning yuqori chegarasi ushbu mahsulotga bo'lgan talab bilan belgilanadi.

Innovatsiyalar narxiga kelsak, murakkab iqtisodiy kategoriya sifatida ko'rib chiqilishi kerak. Innovatsiyalar narxi ko'p qirrali, ko'p tarmoqli iqtisodiy kategoriya. Ushbu ko'pikning o'ziga xos xususiyati yangilikning o'ziga xos xususiyatlari bilan bog'liq. Bozor mahsuloti sifatida faoliyat ko'rsatadigan innovatsiya mulkka (narsaga), mulkka bo'lgan huquqlarga, moddiy xizmatlarga, nomoddiy operatsiyalarni o'z ichiga oladi. Shuning uchun innovatsiyaning narxi narsaning narxini, valuta yoki qimmatli qog'ozning almashinuv kursini, bank operatsiyalari bo'yicha foiz stavkalarini va turli badallar uchun tariflarni o'z ichiga oladi.

Tashqi narx omillari tashqi muhitning innovatsiya ishlab chiqaruvchisi yoki sotuvchisiga bo'lgan ta'sirini aks ettiradi. Bunday omillarga xaridorlarning ma'lum bir yangilikka bo'lgan maqbul (eng real amalga oshirilgan) talablari, ushbu xaridorlarning to'lov qobiliyati kiradi. Bu ushbu innovatsiyaga talabning maksimal darajasini aniqlashga imkon beradi va uni innovatsiyaning turli xususiyatlari o'zgariganda hisobga olish zarur.

Ichki narx omillari asosan innovatsiya ishlab chiqaruvchisi yoki sotuvchisining moliyaviy va ishlab chiqarish va ishlab chiqarish faoliyatini aks ettiradi. Bunday omillarga moddiylashtirilgan shaklga ega bo'lgan ayrim mahsulot turlarining tannarxi, sotuvchining innovatsiyani sotish xarajatlari, innovatsiyani amalga oshirishdan olinishi kerak bo'lgan daromad (yoki foyda) miqdori va boshqalar kiradi.

Narx siyosati bu narxlarni belgilashda ishlatiladigan tamoyillar va qoidalar tizimidir. Tadbirkorlik subyekti yangi siyosatining asosiy qoidalari Rossiya Federatsiyasi Iqtisodiy rivojlanish vazirligining 1997-yil 1-oktyabrdagi 118-son buyrug'i bilan tasdiqlangan korxonalar almashinuvi siyosatini rivojlantirishning metodik ko'rsatmalarida keltirilgan.

Korxonaning narx siyosati innovatsiyalarni ilgari surish va tarqatishda juda muhim rol o'ynaydi. Bu ko'pik mexanizmi orqali innovatsiyalarni ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchisi erishmoqchi bo'lgan maqsadni belgilaydi. Narxlar siyosati quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi:

✓ ma'lum bir yangilikka nisbatan narx siyosatining maqsadini belgilash;

✓ Iqtisodiy vaziyat sharoitidagi o'zgarishlarni hisobga olgan holda ma'lum vaqt ichida va kelajakda ushbu yangilikka talabni baholash;

✓ korxonaning ishlab chiqarish va iqtisodiy salohiyatini tahlil qilish va baholash;

✓ raqobatchilarni, narxlarni, ularning mahsulotining xususiyatlarini o'rganish va boshqalar.

Raqobatchilarning harakatlarini o'rganib chiqib, sotuvchi raqobatchi tomonidan o'xshash mahsulotlarni sotishda qanday vositalardan foydalanilishini (masalan, chegirmalar tizimi, innovatsiyalarning xususiyatlarini aks ettiradigan shartlar, xaridorga taqdim etiladigan afzalliklar tizimi va boshqalar) topishga harakat qiladi.

Firmaning narxiga uchta omil ta'sir qiladi: sof foyda, firmaning aktivlari qiymati va bankning kredit bo'yicha foiz stavkasi (qayta moliyalashtirish stavkasi). Bu quyidagi formula bo'yicha aniqlanadi:

$$B = \frac{Sf}{n} - K,$$

bu yerda:

B – bu kompaniyaning narxi;

Sf – sof foydaning yillik miqdori;

n – kredit uchun bank foiz stavkasi, birlikda;

K – aktivlarning balans qiymati.

Kompaniyaning aktivlari (ya'ni tadbirkorlik subyekti) bu ularni ta'minlagan mulk huquqlarining to'plamidir. Mulk huquqlari bu mulkka egalik qilish, tasarruf etish va undan foydalanish huquqidir. Firmaning aktivlariga asosiy vositalar, nomoddiy aktivlar, boshqa uzoq muddatli aktivlar, joriy aktivlar kiradi.

Gudvil (ing., Goodwill – firmalar obro'si) kompaniya imidjining, uning ishbilarmonlik aloqalarining ma'nosini anglatadi. Boshqacha qilib aytganda, Gudvil nomoddiy aktivlarning pul o'lchovidir - tovar belgisi, savdo belgisi va boshqalar. Gudvil kompaniyani sotishda o'zini namoyon qiladi. Birlashishning maqsadi – sinergizm. Sinergizm bilan (yunoncha synergeia – hamkorlik, hamdo'stlik), umumiy natijaning ta'siri ushbu

natijaga kiritilgan individual effektlar yig'indisidan oshib ketganda, ish amaliyotidagi hodisani anglatadi.

Sinergiya sabablari quyidagicha bo'lishi mumkin.

1. Biznes-jarayonning vertikal integratsiyasi, ya'ni sotib olingan kompaniya ham, ishdan chiqqan kompaniya ham biznes-jarayonning texnologik zanjirining turli darajalarida bo'lishini anglatadi. Bunday integratsiya taqsimot xarajatlarini kamaytirishi yoki resurslarni yanada samarali taqsimlashi mumkin.

2. Korxonalar va kompaniya faoliyat yo'nalishi bo'yicha bir xil bo'lishini anglatadigan biznes-jarayonning gorizontalar integratsiyasi. Ularda foydalanilmagan ishlab chiqarish resurslari yoki marketing imkoniyatlari mavjud. Bunday integratsiya bosh kompaniya va sho'ba korxonaning ishtirok etish turiga qarab xolding tashkil etish shaklida amalga oshiriladi. Landshaft integratsiya ishlab chiqarish xarajatlarini, moliyaviy resurslarni taqsimlashda harakatchanlikni kamaytirishga yordam beradi.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Innovatsion marketing. Brend. Narxlarni boshqarish. Korxonaning narx siyosati. Firma aktivlari. Gudvil. Sinergizm. Marketing faoliyati. Biznes jarayonlar.

Mavzu bo'yicha test savollari:

1. Brend deganda nima tushiniladi?
2. Gudvil tushunchasiga ta'rif bering.
3. Marketing faoliyati maqsad-mazmunini ifodalab bering.
4. Kompaniyaning narxi shakllanishi va uning qiymatini aniqlash qanday me'zonlarga asoslangan?
5. Narxlar siyosati bosqichlari to'grisida ma'lumot bering.
6. Narx omillari nechta va ular nimalardan iborat?
7. Narx mexanizmiga ta'sir ko'rsatish usuli hamda u nechta asosiy elementni o'z ichiga oladi?
8. Innovatsion brend strategiyasi qanaqa bosqichlardan tashkil topgan?
9. Innovatsiyalarning bozorga kirishiga sababi?
10. Marketing faoliyati funksiyasiga taalluqli bo'lgan amallar to'grisida nimalarni aytib bera olasiz?

5. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH

5.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vaziflari.

5.2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda biznes rejaning ahamiyati.

5.3. Biznes rejaning asosiy bo'limlari va ularning tavsiflari.

5.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishdagi tahlil.

5.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vaziflari

Biznes («business») so'zi ingliz tilidan olingan bo'lib, ish degan ma'noni anglatadi. Biznes bilan mashg'ul bo'lgan odatda odamlar biznesmenlar, ya'ni ishbilarmonlar deb ataladi.

Li Yakokka XX asrdagi biznesning «Eng buyuk qahramoni» hisoblanadi. U dastlab Genri Ford kompaniyasida ikkinchi rahbar bo'lib ishlagan, keyinchalik esa uning raqobatchisiga aylangan va «Kraysler» avtomobil korporatsiyasining prezidenti lavozimini egallagan. U shunday deb yozgan: «Butun hayot bu vaqt omilidir. O'z oldingga aniq maqsad qo'y. Qo'lingdan kelgancha ta'lim ol, so'ngra Xudo haqqi, biron narsa qil».

Bozor munosabatlariga o'tish kadrlarga, ayniqsa, iqtisodiy yo'nalishdagi mutaxassislarga, ularni tayyorlash va ulardan amaliyotda foydalanishga bo'lgan talablarning o'zgarishiga olib keldi. Gap bu yerda notanish atama, tushuncha va toifalarning paydo bo'lishida emas, balki iqtisodiyotni boshqarishning barcha miqyoslarida yangicha iqtisodiy fikrlash mafkurasini shakllantirish haqida ham boradi.

Biz istaymizmi, yo'qmi, lekin olgan bilimlarimiz (oliy o'quv yurtlari, texnikumlar, malaka oshirish tizimlarida) va amaliy faoliyatimiz bugungi kunda tubdan yangilashni talab qilishini tan olishga majburmiz. Bu birinchi navbatda texnika va texnologiyalarga emas, balki ishlab chiqarishning iqtisodiy asoslari, biznes va tadbirkorlik, ya'ni butun ishlab chiqarish munosabatlari majmuiga taalluqlidir.

Ko'pchilik bundan noto'g'ri xulosa chiqaradi, ya'ni ularning fikricha, bozor munosabatlariga faqat iqtisodchilar va moliyachilar hamda

boshqa iqtisodiy soha mutaxassislarigina qayta o'rganishi va moslashishi zarur bo'ladi. Amalda esa mulkchilik shaklining o'zgarishi, bozor munosabatlari, raqobat, korxonalar va tashkilotlarning iqtisodiy mustaqilligi ko'p jihatdan harcha boshqaruv tuzilmalari va xizmatlarining (texnik, texnologik, tashkiliy va iqtisodiy) yangi iqtisodiy talablar va xo'jalik yuritish qoidalariga rioya qilishini talab qiladi. Shu sababli bozor munosabatlari sharoitlarida yaxshi muhandis, texnolog yoki energetik bo'lishning o'ziga yetarli emas bo'lib, bu haqda avvalgi bobda ham to'xtalib o'tilgan.

G'arb mamlakatlaridagi ko'plab firmalar «Firma unga foyda keltirmaydigan mutaxassislarni ushlab turmaydi» degan shiorga amal qiladi. Firmaga foyda keltirish uchun bozor kon'yunkturasida to'g'ri yo'nalishni tanlash, bozordagi o'z o'mini to'g'ri va aniq belgilay olish, darhol olimadigan foydani emas, balki uzoq istiqboldagi rivojlanishni ko'ra bilish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu va shu kabi vazifalar zaminida **bashorat qilish** va uning yakunlovchi qismi bo'lgan **rejalashtirish** yotadi. U korxonalar maqsadlarini shakllantirish, unga erishishning vosita va usullarini aniqlash jarayonidan iboratdir. Rejalashtirishning natijasi - reja, xattiharakatlarning motivlashtirilgan modeli bo'lib, u iqtisodiy muhit va qo'yilgan maqsadlarni bashorat qilish asosida yaratiladi.

Bashorat qilish – korxonalar, tarmoq va sohalar miqyosida hamda butun mamlakat miqyosida iqtisodiyot holatini ilmiy asoslagan holda oldindan ko'ra bilishdir. Bashorat qilish shuningdek, iqtisodiyotning u yoki bu holatiga erishishning muqobil yo'llari, usullari va muddatlarini tanlash yoki muhokama qilishni ham anglatadi.

Bozor munosabatlariga o'tishda rejalashtirish deyarli esdan chiqib qolay dedi. Ayrim olim va mutaxassislar, ayniqsa, bozor va bozor munosabatlari tarafdorlari rejalashtirishni bozor mexanizmiga umuman to'g'ri kelmaydi va bozorning o'zi hamma narsani joy-joyiga qo'yadi deb hisoblaydilar. Yana boshqa bir motiv – iqtisodiyotni o'ta markazlashgan tarzda rejalashtirish va boshqarish natijasida sovet iqtisodiyotining yirik muammo va inqirozlaridir.

Darhaqiqat, sovet davridagi butun davlat va siyosat hukumatini o'z qo'liga olgan va qotib qolgan qoidalardan bir qadam ham chetga chiqmagan partiya hukumatining aqidaparastligini tan olish kerak. Aynan shu sababli bir paytlar ko'ngildagidek ishlagan rejali tizim chok-chokidan so'kildi va yaroqsiz holga kelib qoldi. Bundan tashqari, mintaqa va

tarmoqlar, korxonalar va tashkilotlar, barcha xo'jalik subyektlarining erkinligini cheklab qo'yuvchi turli xil markazlashgan buyruq va ko'rsatmalar, nazorat raqamlari va limitlar ham xalaqit bergan.

Shu bilan bir paytda korxonalar uchun uning faoliyatini qaysi organ - reja bo'limi yoki boshqa iqtisodiy bo'lim va xizmatning rejalashtirishi va bashorat qilishining ahamiyati yo'q. Rejalashtirish sifati va mezonlar muhim bo'lib, ularga ko'ra korxonalar faoliyati baholanadi va bozor sharoitlarida uning barqarorligi ta'minlanadi. Shu sababli bozor rejalashtirishni umuman tan olmaydi deyish noto'g'ri bo'lar edi. Aksincha, raqobatli kurash sharoitlarida ishlab chiqaruvchilar va ta'minotchilar o'z faoliyatini sinchiklab rejalashtirishlari zarur. Bozor mexanizmi subyektiv omillar asosiy rolmi o'ynovchi resurslarni markazlashgan tarzda taqsimlashga qaraganda qattiq va jiddiyroq hisoblanadi. Bozor sharoitlarida rejalashtirishga qarshi bo'lganlarni «tog'ora bilan birga chaqaloqni ham tashlab yuboradi» deyish mumkin.

Shu sababli avvalgi paytlarda turli xil buyruqlar, nazorat raqamlari va limitlarga asoslangan rejalashtirishni, samarali va oqilona faoliyat ko'rsatishning majburiy vositasi bo'lgan rejalashtirish bilan adashtirmaslik kerak. U xorijda ham to'liq bekor qilinmagan. Masalan, Italiyaning «Fiat» konserni 1970-yildan boshlab tasdiqlangan 3 yillik rejalar bo'yicha, 1988-yildan esa 5 yillik rejalar bo'yicha ishlamoqda. Konsernning besh yillik rejaları joriy va tezkor-ishlab chiqarish rejaları bilan bog'liq bo'lib, besh yillik rejaning har bir yili yakunidan so'ng o'tgan yil davomida erishilgan amaliy natijalarni hisobga olgan holda unga o'zgartirishlar kiritiladi.

Chetel tajribalarining hammasidan ham mamlakatimizda foydalanish lozim bo'lmasada, biroq rejalashtirishning roli muhimligi alohida isbot talab qilmaydi. Aynan rejalashtirish va bashorat qilish **nimani, qancha, qachon va kim uchun ishlab chiqarish kerak** degan savollarga javob topadi. Xususan, ko'plab korxonalar yaratilishi va faoliyati rejalashtirishdan boshlanadi. Rejalashtirish mavjud ishlab chiqarish quvvatlari, raqobatli afzalliklardan maksimal foydalanish, turli xato va kamchiliklarning oldini olish, iqtisodiyotdagi yangi tendensiyalarni kuzatish va ulardan ishlab chiqarish faoliyatida foydalanish, korxonalar faoliyatining kuchsiz tomonlarini aniqlash va bartaraf qilish hamda asoslanmagan tavakkalchiliklarning oldini olishga imkon beradi.

Shunday qilib, bozor iqtisodiyoti rejalashtirishni ham bashorat qilishni ham inkor etmaydi. Ularning ikkalasi ham korxonalar, birlashma va boshqa ishlab chiqarish tuzilmalarining o'z kuchi bilan yoki buning uchun maxsus jalb qilingan ilmiy tashkilotlar, oliy o'quv yurti mutaxassislari hamda ayrim olim va mutaxassislar yordamida amalga oshirilishi mumkin. Bunda zamonaviy tendensiyalarning kelgusida ekstrapolyatsiyasi (unchalik ishonchli bo'lmagan mexanik usul, noto'g'ri xulosalarga olib kelishi mumkin), mantiqiy tahlil, turli xildagi iqtisodiy-matematik usullar (masalan, ishlab chiqarish funksiyalari usuli), ekspert baholash usuli va vaziyat tahlili kabi bir qator usullar qo'llanishi mumkin. U yoki bu usuldan foydalanish bashorat qilinayotgan obyektning o'ziga xosliklari, uning rivojlanishiga doir ishonchli ma'lumotlarning mavjudligi va tahlilchilarning malakasiga bog'liq bo'ladi.

Rejalashtirishda ham, bashorat qilishda ham iqtisodiy jarayon va vaziyatlarning o'zaro aloqalari **korrelyatsiya usulida** o'rganiladi. Korrelyatsiya tahlilining asosiy vazifalari bu natijaviy belgilarning omillar belgilariga tahliliy bog'liqlik shaklini aniqlash va aks ettirish hamda korrelyatsion aloqani o'lchash hisoblanadi. Aloqa qanchalik kuchli bo'lsa, bashoratning asoslanganligi va uning aniqligi shunchalik yuqori bo'ladi.

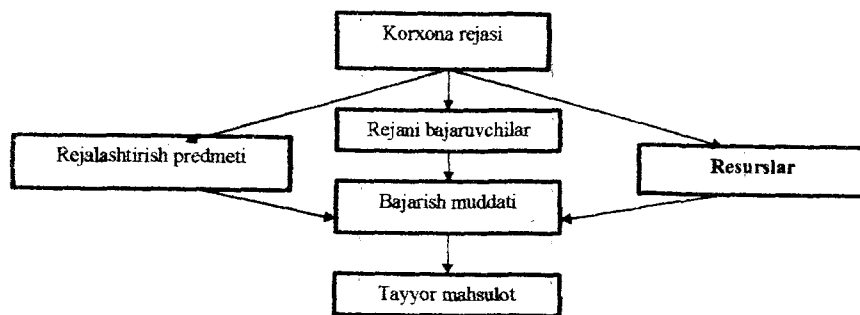
Hozirgi kunda bashorat hisob-kitoblari bir qator yetakchi tarmoqlar tomonidan strategik dastur va rejalarni ishlab chiqish, ilmiy tadqiqotlar o'tkazish, tajriba-konstruktorlik ishlarini amalga oshirishda foydalanilmoqda. Reja va bashoratlar iqtisodiyotning quyi bosqichlari – korxonalar, firma va ishlab chiqarish birlashmalarida ham menejmentning muhim elementi hisoblanadi.

Rejalashtirish va bashorat qilishning maqsad va vazifalari.

Rejalashtirish va bashorat qilishning **maqsadli funksiyasi** bu– zarur hisob-kitoblar, bashorat va dalillar asosida korxonalar faoliyatining qisqa va uzoq muddatli strategiyasini belgilashdir. To'g'ri, bu xodimlar soni 5-10 kishidan 100 kishigacha bo'lgan mikrofirmalar va kichik korxonalarga qaraganda ko'proq yirik korxonalar uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Biroq har bir holatda rejalashtirish belgilangan pirovard natijaga erishishi uchun yo'naltirilgan resurslar (moddiy va moliyaviy) hamda odamlar mehnatini bosqichma-bosqich qamrab oladi.

Rejalashtirish odatda detalli hisob-kitoblar va ko'rsatmalarga asosan amalga oshiriladi. U bir tomondan barcha xodimlar uchun vazifalarni (har bir xodim qachon va nima qilishi kerak), ikkinchl tomondan rahbariyat uchun ko'rsatmalarni (korxonaga belgilangan maqsadga erishishi uchun qanday boshqaruv qarorlari qabul qilish lozim) belgilab beradi.

Ishlab chiqilgan reja birinchidan, ishlab chiqarish imkoniyatlari bilan bog'langan bo'lsa, ikkinchidan, undagi xato va kamchiliklar minimal bo'lsa, uchinchidan esa, ishlab chiqarish rejalashtirilgan mahsulot iste'mol talabiga ega bo'lsa, bu holda rejalashtirishni samarali deb hisoblash mumkin bo'ladi. Korxonaga rahbariyati tasdiqlagan reja buyruq maqomiga ega bo'lib, barcha bajaruvchilar uchun majburiy xarakterga ega bo'ladi. Korxonaga miqyosida rejalashtirishning maqsadli funksiyalari va tarkibini quyidagi sxema yordamida aks ettirish mumkin (1-chizma).



5.1-chizma. Korxonaga miqyosida rejalashtirish

Biznes qanchalik yirik, ko'rsatilayotgan xizmatlar, bajarilayotgan ish va ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmi qanchalik keng bo'lsa, korxonaga hajmi va yo'nalishiga mos ravishda rejalashtirish jarayonida hal qilinishi lozim bo'lgan vazifalar doirasi shunchalik kengayadi. Biroq har qanday holatda ham rejalashtirish quyidagi savollarga javob bera olishi lozim:

- birinchidan, nimani, qachon va qancha miqdorda ishlab chiqarish;
- ikkinchidan, tanlangan muqobillikni aniqlangan hisob-kitoblar asosida amalga oshirish lozim;
- uchinchidan, mahsulot sifati, uning raqobatbardoshligi qanday va u iste'molchilik talabiga ega bo'ladimi;

- to'rtinchidan, mahsulot chiqarish bilan bog'liq bo'lgan ishlab chiqarish xarajatlari va boshqa sarf-xarajatlarni qoplanadimi;

- beshinchidan, kutilayotgan rentabellik darajasi, foyda hajmi va boshqa pul tushumlari ta'minlanadimi.

Ushbu savollarga javob topa olmasa rejalashtirish oddiy chizmay-yatchilikka aylanib, asoslanmagan xarakterga ega bo'ladi, ishlab chiqarishning kelgusi rivojlanishi izdan chiqib, korxonaning o'zi moliyaviy qiyinchiliklarga duch keladi va iqtisodiy barqarorlikni yo'qotadi. Shuning uchun ham rejalashtirish yoki rejani ishlab chiqishga kirishishdan oldin **iqtisodiy tahlil** o'tkazish muhim bo'lib, uning asosiy vazifalari quyidagilar hisoblanadi:

- rejani bajarish, ishlab chiqarish dinamikasi va mahsulotni sotish darajasi;
- ushbu ko'rsatkichlar o'zgarishiga omillarning ta'sirini aniqlash;
- mahsulot chiqarish va sotishni ko'paytirish uchun ichki ishlab chiqarish zaxiralarini aniqlash;
- aniqlangan zaxiralardan foydalanish bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqish.

Rejalashtirish va zaxiralar yoki foydalanilmagan imkoniyatlarni aniqlash bilan odatda korxonaning iqtisodiy xizmatlari (reja bo'limi, ishlab chiqarish bo'limi, mehnat bo'limi, ish haqi bo'limi va hokazo) shug'ullanadigan bo'lsa, ishlab chiqarish zaxiralaridan foydalanishga texnik, texnologik va boshqa bo'lim va xizmatlar jalb qilinishi mumkin. Boshqacha qilib aytganda korxonaning samarali faoliyat ko'rsatishi va uning iqtisodiy barqarorligini ta'minlash butun korxonaga jamoasining vazifasidir.

Mazkur yondashuv ayniqsa hozirgi kunda, ko'plab korxonalar xususiy lashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish natijasida aktsiyadorlik shakliga o'tayotgan sharoitlarda muhim ahamiyat kasb etadi. Afsuski, amaliyotda xodimlar orasida ko'pincha «rahbariyat hamma narsani ko'proq biladi» tamoyili keng tarqalgan bo'lib, buning natijasida korxonaga rivojlanishiga oid bir qator masalalar, xususan, ishlab chiqarish zahiralarni izlab topish va ulardan foydalanish vazifasi korxonaga rahbariyati zimmasiga yuklab qo'yiladi. Ishga bu qadar yondashiladigan bo'lsa, jiddiy va uzoq muddatli muvaffaqiyatdan umid qilish mumkin emas.

To'g'ri, jamoa korxonada hayotida, xususan, ishlab chiqarish zahiralari izlab topish va ulardan foydalanishda ishtirok etishi uchun korxonada rahbarining o'zi va bo'lim boshliqlari demokratik bo'lishi, byurokratiya va avtoritarizm xislatlaridan xoli bo'lishi, qabul qilinayotgan qarorlarda oshkoralikni namoyon qilishi hamda oddiy xodimlarning talab va takliflariga yetarlicha e'tibor bilan qarashlari lozim. Boshqaruvning aynan shu usuli bugungi kunda xorijdagi ko'plab korxonada va firmalarda keng qo'llanmoqda.

Rejalashtirish doimo kelajakka yo'naltirilgan bo'ladi. Bu holat uni ma'lum bir darajada bashorat qilishga o'xshash qilib qo'yadi. Biroq rejalashtirishdan farqli ravishda bashorat qilish jarayonida belgilangan maqsadlarga erishish imkoniyatlari aniqlanadi. **Bashorat ehtimoliy xarakterga ega bo'ladi.** Unda odatda kelgusida turli xatti-harakatlar va tashqi (tabiiy, iqlim, iqtisodiy, ilmiy-texnik va hokazo) omillar ta'siri ostida u yoki bu maqsadlardan chetga chiqish ehtimoli darajasi baholanadi.

Reja va bashorat korxonada rivojlanishi istiqbollarini aniqlashga yo'naltirilgan ikkita muqobil yondashuv emas, balki xo'jalik strategiyasini ishlab chiqishning bir-birini to'ldirib turuvchi bosqichlari bo'lib, bunda reja korxonada boshqaruvining asosiy vositasi hisoblanadi. Shu sababli har bir holatda bashorat qilingan ko'rsatkichlardan rejalashtirilgan ko'rsatkichlarga o'tish ta'minlanishi lozim bo'ladi.

Amaliyotda bashoratning ilmiy, texnik, iqtisodiy, ijtimoiy, demografik va boshqa turlari ajratib ko'rsatiladi. Ko'pincha kompleks bashorat – ilmiy-texnik, ijtimoiy-siyosiy, texnik-iqtisodiy va hokazolardan foydalaniladi. Bashorat har qanday holatda ham obyektiv jarayonlar talablariga maksimal darajada mos kelishi kerak.

Rejalashtirish tizimining dastlabki bo'g'ini sifatida bashorat qilish korxonaning ichki faoliyatidan tashqari keng masalalar doirasini qamrab olishi zarur. Masalan, unga hal qilib bo'lingan, biroq amaliyotda qo'llanilmagan texnik, iqtisodiy, investitsion muammolar; istiqbolda yangi mahsulot ishlab chiqarish uchun mo'ljallangan materiallar, texnologik jarayonlar, asbob-uskuna va qurilmalar; ishlab chiqarish modernizatsiyasi tufayli kadrlarga bo'lgan ehtiyojni aniqlashni kiritish mumkin. Bashorat qilishda shuningdek, kelgusida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan muammolar, o'tkazilayotgan tadqiqotlarni baholash ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Korxonaning kelajakda t - yildan so'nggi holatini bir maqsadli bashorat qilishni uning faoliyati o'zgaruvchi ko'rsatkichlarida yo'l qo'yish mumkin bo'lgan qiymatlar modelini navbatma-navbat ifodalash sifatida aks ettirish mumkin (V):

$$B = [F x(t), y(t), z(t), t],$$

bunda:

x – bashorat qilinayotgan ko'rsatkich o'zgaruvchilari (investitsiyalar, korxonalar personal, taqsimlanmagan foyda va hokazo);

y – shart-sharoitlar sifatida ko'rib chiqiluvchi o'zgaruvchan ko'rsatkichlar (bozor holati, soliqlar, tabiiy-iqlim sharoitlari va hokazo);

z – asos qilib olingan korxonalar faoliyatining bashorat qilinayotgan ko'rsatkichlari boshlang'ich qiymati.

Korxonaning asosiy va aylanma kapital, ayrim mahsulot turlarini chiqarish va ularning tannarxi, foyda, mehnat mahsuldorligi kabi muhim ko'rsatkichlarini navbatma-navbat ifodalash natijasida bashorat qilinayotgan t - yildan so'ng yuzaga kelishi mumkin bo'lgan korxonalar holatining to'liq bashoratini olish mumkin.

Bashoratning ishonchliligini ko'p jihatdan korxonalar ma'lumotlar to'plamida saqlashi va sistemalashtirishi lozim bo'lgan axborotlarning to'liq va ishonchlilik darajasi belgilab beradi. noaniq yoki noto'g'ri axborot bashorat qilishda xatoliklarga olib kelishi mumkin.

Rejalashtirish va bashorat qilishning normativ asoslari.

Erkin iqtisodiy faoliyat va tijorat rivojlanib borayotgan, biz avvalgi zavod va fabrikalarga qaraganda ko'proq zamonaviy biznes va tadbirkorlik haqida gapirayotgan bir sharoitlarda matematika tili bilan aytganda norma va normativlar (normativ asoslar) «bozor» tushunchasi bilan bog'lanishi qiyin bo'ladi. Bugungi kunda ularning roli va maqomi biroz susaygan, chunki ular tadbirkorlar fikriga ko'ra bozorga qaraganda ko'proq rejali iqtisodiyot tomon yaqinroq turganday bo'ladi.

Aslida esa bunday emas, albatta. Norma va normativlar doimo rejalashtirish va xo'jalik boshqaruvining muhim elementi bo'lib kelgan. Har bir biznesmen va tadbirkor, aytaylik, do'kon, restoran, mehmonxona yoki mebel ishlab chiqaruvchi sex qurmoqchi bo'lsa, albatta qurilish xarajatlari va talab qilinuvchi resurslarni hisob-kitob qiladi. Ya'ni u

rejalashtirish bilan, to'g'rirog'i xarajatlar va resurslar talabini ularning har bir turi bo'yicha normalashtirish bilan shug'ullanadi. Biznesmen ham, davlat korxonasi direktori ham xarajatlar minimal bo'lgan holda ko'proq foyda va daromad olishga intilishi tabiiy.

Xo'jalik amaliyotida **normalashtirish** bu mahsulot ishlab chiqarish va sotish jarayonlarining normal kechishi uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish va boshqa resurslar zahiralari va sarflanishining eng yuqori va eng quyi normalarini ishlab chiqish va belgilash usulidir. Normalashtirish elementlari sifatida norma va normativlarni ko'rsatib o'tish mumkin.

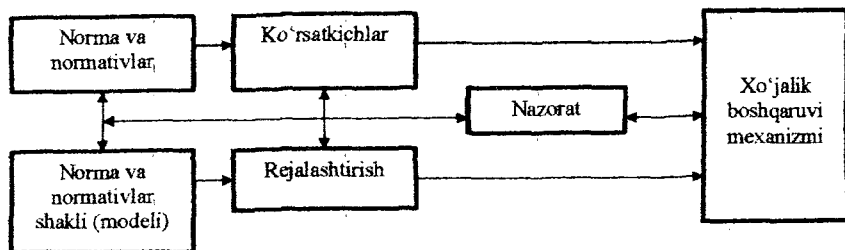
Norma bu – belgilangan sifatli (masalan, standartli bir buxanka non chiqarish uchun sarflanuvchi un normasi, belgilangan hajmli metall konstruksiyasini kavsharlash uchun sarflanuvchi elektrodlar soni va hokazolar) mahsulot (ish, xizmat) birligini tayyorlash uchun xomashyo, material, yoqilg'i, energiya va hokazolarning mutlaq (absolyut) sarflash mumkin bo'lgan maksimal kattaligidir.

Shu tariqa natural, qiymat va mehnat o'lchamlari bilan belgilangan norma yordamida mahsulot, bizning holatda palto ishlab chiqarish bilan bog'liq barcha xarajatlar tartibga solib boriladi. Agar mahsulot birligiga to'g'ri keluvchi xarajatlarni jami chiqarilgan mahsulotlar soniga ko'paytirsak, korxonaning mazkur turdagi mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq umumiy xarajatlarini aniqlashimiz mumkin bo'ladi.

Normativ bu nisbiy ko'rsatkich bo'lib, mutlaq (absolyut) kattalikni emas, balki ishlab chiqarish resurslaridan foydalanishning belgilangan o'lchamini, mahsulot tavsifnomasi yoki tashkiliy-iqtisodiy hatti-harakatlarni aks ettiradi.

Normativlar odatda foiz yoki koeffitsiyentlarda belgilanadi va aks ettiriladi (masalan, asbob-uskunalarni yuklash koeffitsiyenti, avtomobil shinasini bosib o'tgan yo'l koeffitsiyenti, sutning yog'lilik foizi va hokazo). Normativlar shuningdek, zarur xomashyo va materiallar, aylanma mablag'lar hajmi, talab qilinuvchi xodimlar sonini aniqlashda ham qo'llanadi.

Xo'jalik boshqaruvi mexanizmida normativlarning o'mi va roli quyidagicha aks ettirilishi mumkin (5.2-chizma):



5.2-chizma. Xo'jalik boshqaruvi mexanizmidagi normativlarning o'imi va roli

Norma va normativlar o'lchash va limitlash funksiyalaridan (xarajatlarning yuqori yoki quyi chegarasi, qo'llash, iste'mol) tashqari hisobga olish, nazorat qilish va rag'batlantirish funksiyalarini ham bajaradi. Ular ishlab chiqarishni rejalashtirish va tartibga solish, xarajatlarni erishilgan natijalar bilan solishtirish, dastlabki mas'uliyat chegaralarini belgilash va uni faoliyat natijalar bo'yicha o'zgartirish, erishilgan natijalarni obyektiv baholash uchun asos hisoblanadi.

Norma va normativlar amaliyotda quyidagi asosiy guruhlar bo'yicha ishlab chiqiladi:

- mehnat sarfi normasi;
- moddiy xarajatlar normasi;
- vaqt normasi (asosiy, qo'shimcha va hokazo);
- mashina, asbob-uskuna va ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish normasi;
- ishlab chiqarish jarayonini tashkil qilish normativlari;
- atrof-muhitni muhofaza qilish normativlari;
- kapital qo'yilmalar (investitsiyalar) samaradorligi normasi;
- loyihadagi quvvatlarni o'zlashtirish normasi;
- aylanma vositalar (mablag'lar), ishlab chiqarish zahiralari normasi va hokazolar.

Norma va normativlar asosida odatda rejadagi davr uchun faoliyatning texnik-iqtisodiy va tashkiliy sharoitlari yotadi. Vaqt o'tishi yoki sharoitlarning o'zgarishi bilan, shuningdek, fan-texnika taraqqiyoti ta'siri ostida mavjud norma va normativlar qayta ko'rib chiqilishi mumkin. Ularni qayta ko'rib chiqishda ilg'or ishlab chiqarish tajribalari va yutuqlar hisobga olinishi lozim.

Norma va normativlar qo'llanish miqyosi va normalashtirish obyektlariga ko'ra farqlanadi. Normativ asoslari **qo'llanish miqyosiga ko'ra** quyidagilarga taqsimlanadi:

- davlat va tarmoq standartlari va talablari asosida belgilangan normativlar;
- umumkorxonona normativlari, ya'ni korxonaning o'zida ishlab chiqilgan va qo'llanuvchi normativlar;
- sex normativlari;
- predmetli, detalli va operatsion normativlar.

Normalashtirish obyektlariga ko'ra normativ asoslari mehnat, moddiy, texnik va moliyaviy resurslarga taqsimlanadi.

Normativ asoslari ishlab chiqarishni rejalashtirish va bashorat qilish uchun boshlang'ich nuqta bo'lib xizmat qiladi. U ishlab chiqarish xarajatlarini va chiqarilayotgan har bir mahsulot tannarxini aniq va bexato belgilashga imkon beradi.

Umuman olganda norma va normativlar **birinchidan**, resurslarning ortiqcha sarflanishi oldini olish, **ikkinchidan**, korxonaning belgilangan ish tartibini ta'minlash, **uchinchidan** chiqarilayotgan mahsulotning belgilangan tavsifnomalardan chetga chiqishining oldini olish, **to'rtinchidan** atrof-muhitni muhofaza qilish va normal mehnat sharoitlariga rioya qilish, **beshinchidan** esa korxonona faoliyatini rejalashtirish va bashorat qilish uchun ma'lumotlar to'plamini yaratish maqsadida ishlab chiqiladi va belgilanadi.

Normativ asoslarini yaratish bo'yicha ishlar uni ishlab chiqish joyi va qaysi idora yoki bo'lim tomonidan ishlab chiqilishidan qat'iy nazar, ishlab chiqarish iqtisodiyoti, texnika va texnologiyalaridan yaxshi xabardor bo'lgan mutaxassislar, professional (malakali) normativ guruhlarini zimmasiga yuklatilishi lozim. Malakali va asoslangan tarzda ishlab chiqilgan norma va normativlar hayot davri uzoq bo'lib, ular o'zgarishlarga kamdan-kam uchraydi. Shunday bo'lsada, yuqorida aytib o'tilganidek, eng yaxshi norma va normativlar ham vaqt o'tishi bilan fan-texnika taraqqiyoti va ilg'or ishlab chiqarish tajribalari ta'siri ostida qayta ko'rib chiqiladi.

5.2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda biznes rejaning ahamiyati

Biznes-rejaning mazmuni. Korxonada faoliyatini muvaffaqiyatli olib borishda biznes-reja muhim rol o'ynaydi. Biznes-rejaning tuzilishi va mazmuni qat'ian chegaralanmagan. Bizning fikrimizcha, yetti bo'limdan iborat biznes-reja eng maqbuldir.

Biznesning ta'rifi. Firmaning miqdoriy ko'rsatkichlarini, tashkiliy-huquqiy shaklini, joyini, manzilini, ishlovchilar sonini ko'rsatish lozim. Ishlab chiqarilmoqchi yoki bajarilmoqchi bo'lgan tovar va xizmatlarni, korxonaning qisqacha tarixini, istiqbolini, marketing hududini, iste'molchi va ta'minotchilarni ko'rsatish lozim.

Biznes reja nima uchun muhim?

Zamonamizning deyarli barcha biznes mutaxassislari biznes reja yozish va uni tayyorlashning muhimligi haqida ta'kidlashadi. Shunga qaramay, ayrim tadbirkorlar aniq bir rejasiz raqobatli biznes maydoniga kirib kelishga harakat qilishadi. Bunga sabab nima bo'lishi mumkin? Bu savolga tadbirkorlar bir qancha bahonalarni sabab qilib ko'rsatishadi. Ahamiyat bering, ular sabab emas, balki sabab sifatida keltirilgan bahonalardir.

Mana shunday bahonalar quyidagi ko'rinishda bo'lishi mumkin:

- *Tadbirkorlik faoliyatini boshlashga bo'lgan ishtiyoq muvaffaqiyat uchun yetarli deb o'ylashadi;*

- *Biznes reja tuzish vaqt va kuch talab etadi. Ushbu vaqtni biznesni rivojlantirishga sarflash afzal, deb bilishadi.*

Lekin, aniq bir rejasiz faoliyat ko'rsatish, reja bilan ish yuritishga qaraganda ko'proq vaqt va kuch talab etishi takror va takror isbotlangan. Biznes-reja sizga uzoq-masofali va ko'p muddatli bo'lgan tadbirkorlik yo'lida o'ziga xos kompas vazifasini o'taydi. Zamonaviy tadbirkorlik faoliyati katta raqobatga to'la va jadal rivojlanib borayotgan soha. Ishlash jarayonida ko'zlangan maqsadni yo'qotib qo'ymaslik va muvaffaqiyatga erishish ehtimolini oshirish uchun sizda aniq ishlab chiqilgan biznes reja bo'lishi kerak.

O'z g'oyangiz uchun tashqaridan sarmoya yoki grant qidirish uchun, kerakli mutaxassis kadrlarni jalb etish uchun yoki muvaffaqiyatga erishish imkonini oshirish uchun hammasiga biznes reja ishlab chiqishingiz shart.

Biznes rejani ishlab chiqish uchun talab etiladigan izlanish va fikrlash jarayoni sizga g'oyangizni turli xil nuqtayi nazardan ko'rib chiqishga undaydi. Bu jarayon esa sizga oldindan o'ylab yurgan fikr va g'oyalaringizning boshqa qirralarini yoritishga va yangi xulosalarga kelishga yordam beradi.

Biznes rejaning afzalliklari.

Demak, biznes reja sizga muvaffaqiyatga erishish strategiyasini tuzib chiqishga yordam beradi. Yaxshi tuzib chiqilgan biznes reja sizga juda oddiy va ravshan qilib ikki narsani anglashda yordam beradi:

1. Amalga oshirmoqchi bo'lgan ishingiz bajarilish ehtimoli qanchaligi;

2. Ushbu ishni amalga oshirmoqchi bo'lgan liderlar va boshqaruvchilarning qanchalik bunga qodir va layoqatli ekanliklari.

Tadbirkorlik faoliyatini boshlamoqchi bo'lsangiz yoki allaqachon boshlagan tadbirkorlik faoliyatingizni kengaytirmoqchi bo'lsangiz, siz va sizning jamoangiz quyidagilarni aniq ravshan bilishi muhim:

1. Tadbirkorlikni moliyalashtirish - Tadbirkorlikdan kelib tushadigan mablag'dan qanday foydalanishni bilasizmi? Foyda va zarar ko'rganda qanday ish yuritishni rejalashtiryapsiz? Biznes yuritish xarajat va tushumlar balansi varaqasini qanday yuritasiz?

2. Xaridorlar - Siz amalga oshiradigan xizmat yoki ishlab chiqaradigan mahsulot xaridorlari kimligini bilasizmi? Ular bilan qanday aloqa o'matasiz?

3. Raqobatchilar - Sizning faoliyatingizga kimlar raqobatchi bo'la oladi? Ularga qaraganda qanday ustivor xizmat yoki mahsulotlarni taqdim eta olasiz?

4. Biznesning kundalik faoliyati (Operations) - Sizning biznesingizni muvaffaqiyatli yuritish uchun kundalik ravishda qanday ishlar amalga oshirilishi zarur? Haftalik va oylik ravishda-chi?

5. Kelajakdagi rejalarangiz - Biznesning davomiyligini qanday ta'minlashni o'ylab ko'rganmisiz?

Biznes reja yozish va izlanish vaqt va kuch talab etadi. Tadbirkorlik faoliyatingizga qarab biznes reja yozish bir nechta haftadan bir necha oylargacha vaqt talab etishi mumkin.

Biznes rejaning tarkibiy qismlarini yozish qismiga o'tishdan avval quyidagilarga ahamiyat bering:

Ko'p hollarda biznes rejaning bir nechta shakl (versiya)da bo'lishi odatiy holat – masalan biri ichki ishlarni yuritish uchun ishlatilsa, ikkinchisi esa ancha kengaytirilgan shaklda bo'lib, sarmoya va grant qidirishda ishlatiladi.

Biznes rejani kim uchun yozayotganingizni esdan chiqarmasdan yozish talab etiladi. Masalan, agar biznes rejani sarmoyador yoki kredit beruvchi tashkilotga yozayotgan bo'lsangiz, avval ular bilan suhbatlashib, ular biznes rejada qaysi ma'lumotlarni ko'rishni istashini o'rganishingiz kerak. Har bir tashkilotning o'ziga xos talablari mavjud va siz ushbu talablarga javob bera olishingiz kerak.

Biznesingizning moliyaviy rejasini amalda oshirib bo'ladigan, ya'ni, real hayotga yaqin qilib tuzib chiqishingiz juda ham muhim. Sarmoyadorlar va kredit uyushmalari sizdan amaliy reja tuza olishingizni kutishadi. Agar rejangiz amaliy bo'lmasa ularning ishonchini juda ham tez yo'qotasiz. Bu esa mablag' topishingizni juda qiyinlashtiradi.

Taklif etayotgan mahsulot va xizmatni oddiy tilda ta'riflab berish muhimligini unutmang. Agar biznes rejangizni o'qigan inson siz nima haqida gapirayotganingizni tushunmasa, sizning loyihangizni qo'llab-quvvatlamasligi mumkin.

Biznes rejadagi har bir bayonotingizni asoslab berishingiz muhim. Masalan, agar rejada taklif etayotgan mahsulotingiz raqobatchilardan ko'ra ustivor desangiz, ushbu bayonotni asoslab, mahsulotingiz qaysi jihatlari bilan ustunligini va xaridor qanday manfaat ko'rishini ko'rsatib berishingiz kerak.

Biznes rejangizni o'zgartirishga va unga yangilik kiritishga doimo tayyor turishingiz kerak. Biznes rejangiz faoliyatingiz o'sishi, bozorning o'zgarishi bilan unga moslashishi kerak. Shuning uchun ham bizneslar har chorakda (3 oyda bir marotaba) amalga oshirayotgan ishlarini baholashlari zarur.

Eng muhimi esa yuqorida keltirilgan qoidalarga amal qilish siz yozmoqchi bo'lgan biznes rejangizga xolisona nazar solishingizga undaydi. Bu esa o'z navbatida, rejangizning kuchli va kuchsiz tomonlarini anglashga, e'tibordan chetda qolgan masalalarga ahamiyat berishga, muammoli taraflarini aniqlash va ularni tuzatishga hamda maqsadga erishish rejasini tuzishga yordam beradi.

5.3. Biznes rejaning asosiy bo'limlari va ularning tavsiflari

Biznes rejaning tarkibiy qismlari.

Xo'sh, biznes reja qanday tarkibiy qismlardan iborat?

1. **Titul varog'i**

2. **Mundarija**

3. **Qisqa xulosa yoki rezyume**

4. **Mahsulot va xizmatlar ta'rifi**

5. **Bozor haqida ma'lumot**

6. **Marketing strategiyasi**

7. **Raqobatchilar haqida ma'lumot**

8. **Kundalik bajariladigan amaliy ish jarayoni**

9. **Menejment**

10. **Mutaxassis xodimlar**

11. **Moliyaviy ma'lumotlar va reja**

12. **Yordamchi hujjatlar**

Titul varog'i.

– Biznes reja sarlavhasi.

– Tayyorlash muddati.

– Kim tomonidan tayyorlangan, firmaning to'liq nomi va manzili, tadbirkorning ismi, familiyasi, uning manzili, telefon raqami.

– Biznes reja kim uchun tayyorlangan.

– Ba'zan titul varog'ida avtorlik huquqi to'g'risida ma'lumot beriladi.

Mundarija.

Biznes reja hujjatidan foydalanishni va unda bo'lgan ma'lumotlarni, bo'limlarni oson topish uchun o'ziga xos yo'riqnoma vazifasini o'taydi. Mundarijada, biznes rejada nechta bo'lim mavjudligi, har bir bo'limning sarlavhalari va albatta bet raqamlari berilishi kerak.

Qisqa xulosa yoki rezyume.

Qisqa xulosa yoki rezyume: Har qanday biznes rejaning ilk 2-3 sahifasi amalga oshirmoqchi bo'lgan faoliyatingizning umumiy mazmunini ifoda etib beruvchi, biznes rejani qo'lga olgan kishini qiziqtiruvchi va o'qishni davom etishga undovchi qismi hisoblanadi.

Nima uchun biznes-rejaning boshida xulosa yozish kerak degan asosli savol tug'iladi. Buning javobi esa juda oddiy. Sizing biznesingizga sarmoya ajratmoqchi yoki kredit beruvchi tashkilotga sizdan

tashqari boshqa yuzlab biznes rejalar taqdim etiladi. Ko'pgina biznes rejalar esa 50-100 betni tashkil etadi. Sarmoyachi va kredit uyushmasining buncha ma'lumotni to'liq o'qib chiqishga imkoniyati yo'q.

Shuning uchun ular eng avvalo xulosa qismini o'qib chiqishadi va u yerda ushbu biznesga oid bo'lgan barcha ma'lumotlarning qisqa mazmuni bilan tanishishadi. Biznes rejaning ushbu qismi rejaning barcha tarkibiy qismlarda keltirilgan ma'lumotlarning lo'nda, oddiy va tushunarli qilib tasvirlab berishi kerak.

Agar ushbu qismini o'qigan kishi siz nima qilmoqchisiz, buni qanday amalga oshirmoqchisiz, unga qancha mablag' talab etilishini, kimlar buning ustida ishlashini va bozordagi talab qandayligini o'qimasa, biznes-rejangizning qolgan qismini o'qimaydi. Ya'ni, biznes-rejaning bu qismi bilan siz sarmoyadorni qiziqtirsangiz, sarmoyador rejaning keyingi qismlarini batafsil o'qishga kirishadi.

Rezyume va xulosa qismini yozish uchga bo'linadi:

Kirish: loyihaning qisqacha mazmuni va uni amalga oshirish rejasining maqsadlari.

Asosiy mazmun: biznes-rejaning asosiy elementlari – taklif etilayotgan faoliyat turi; unga bo'lgan talab, boshqarish va moliyalashtirish rejasi.

Xulosa: faoliyatning kelajakdagi rejalari, qanday qilib rivojlanish va yutuqqa erishish usullarining tavsifi.

Biznes rejada ushbu qismning muhimligini yana bir marotaba ta'kidlab o'tish uchun asoslidir. Ushbu bo'lim potensial sarmoyadorda biznes rejaning davomini o'qish istagini hosil qilishi kerak.

Mahsulot va xizmatlar ta'rifi.

Biznes rejani o'qiydigan odam siz taklif etayotgan xizmat va mahsulotlarning asl ma'nosini tushunishi juda muhim. Shuning uchun ushbu ma'lumotlarni yozayotganingizda oddiy tilda ifodalashingiz kerak. Sizing biznes rejangizni o'qiyotgan odam ko'pgina texnik atama va iboralarning ma'nosini yoki ushbu sohada ishlatiladigan ayrim jargon so'zlarni tushunmasligi mumkin. Sizing vazifangiz esa bularni aniq va ravshan qilib tushuntirib berishdan iborat.

Ushbu qismni yozishda quyidagilarga ahamiyat bering:

1. **Agar yangi mahsulot yoki xizmat taklifi bilan chiqayotgan bo'lsangiz, nima uchun sizning taklifingizga talab borligini izohlab bering.** Agar mavjud mahsulot va xizmat shaklini taklif etib chiqsangiz,

nima uchun aynan sizning mahsulot yoki xizmatlaringiz boshqalardan ustun bo'lishini izohlab bering.

2. *Agar mavjud bo'lsa, taklif etilayotgan mahsulotga tegishli patent, mualliflik huquqlari haqida ma'lumot bering.* Agar mavjud bo'lmasa, mahsulotni qanday qilib patentlashtirish rejasini haqida yozing.

3. *Mahsulot va xizmatni bozorga taklif etishda to'siq bo'lishi mumkin bo'lgan barcha holatlarni tasvirlab bering.* Masalan, davlat tomonidan tartibga solish qonunlari, raqobatdagi mahsulot va xizmatlar, ishlab chiqarish narxining qimmatligi.

4. *Taklif etilayotgan mahsulot allaqachon bozorga chiqarildimi yoki faqat izlanish va ishlab chiqish jarayonidami?* Agar mahsulot hali ishlab chiqarish jarayonida bo'lsa, qancha vaqt talab etilishi va qachon bozorga olib chiqish muddati haqida to'liq ma'lumot bering.

5. *Taklif etilayotgan mahsulot va xizmatlar qaysi jihatlari bilan ajralib turadi?* Mahsulotni xaridorlarga raqobatbardosh narxda taqdim etib, ma'lum darajada foyda ko'rish mumkinmi?

Bozor haqida ma'lumot.

Sarmoyadorlar biror bir loyihani moliyalashtirishdan avval ushbu loyihani amalga oshirmoqchi bo'lgan tadbirkorning bozorni qanchalik o'rganganligi va bilishiga katta ahamiyat berishadi. Agar siz yangi mahsulot va xizmat taklif etayotgan bo'lsangiz, bozorni qanchalik bilishingiz haqida ma'lumotlarini keltirishingiz shart.

Agar sizda xaridorlar guruhi allaqachon mavjud bo'lsa, ushbu xaridorlar haqida qisqacha umumiy biografik ma'lumot berishingiz talab etiladi. Ushbu ma'lumotga ularning xarid qilish odatlari va xarid qilish davriyligini keltirishingiz kerak.

Biznes rejaning ushbu qismi juda muhim, chunki agar siz taklif etayotgan mahsulot va xizmatga talab bo'lmasa, unga xaridor bo'lmaydi. Agar biznesning xaridorlari mavjud bo'lmasa biznes ham bo'lmaydi. Shuning uchun ushbu qismda quyidagi ma'lumotlarni keltirib o'tishingiz muhim:

1. *Bozor haqidagi batafsil ma'lumot;*
2. *Siz tanlagan mahsulot va xizmat haqida va nima uchun aynan shuni tanlaganingiz haqida batafsil ma'lumot;*
3. *Sizning mahsulot va xizmatlaringizga bo'lgan bozor talabi (iloji boricha asoslovchi hujjatlar bilan);*
4. *Ushbu bozorning necha foizini egallashni rejalashtiryapsiz?*

5. *Ushbu bozorning rivojlanish potentsiali haqida ma'lumot (Iloji boricha asoslovchi hujjatlar bilan);*

6. *Ushbu bozorning o'sishi bilan sizning bozordagi ulushingiz oshadimi yoki kamayadimi?*

7. *Bozor talabining o'sishini ta'minlash uchun qanday rejangiz bor?*

8. *O'sayotgan bozorda raqobatbardosh bo'lish uchun mahsulotlaringizni narxini qanday baholashni rejalashtiryapsiz?*

Marketing strategiyasi.

Ushbu tarkibiy qismda bozor aniqlab olinganidan so'ng ushbu bozordagi xaridorlarga mahsulot va xizmatlarni qanday qilib yetkazib berish strategiyasini aniqlash kerak. O'rganib chiqilgan bozorni zabt etish usullarini ishlab chiqish kerak. Bu esa puxta marketing strategiyasini talab etadi. Marketing strategiyasini ishlab chiqish va rivojlantirish biznesingiz uchun muhim omil hisoblanadi.

Juda sifatli mahsulot yaratish yoki innovatsion texnikani taklif etish xaridorlar ishonchini qozonishga va bozorni zabt etishga kamlilik qiladi. Potensial sarmoyachilar taklif etilayotgan mahsulot yoki xizmatga xaridorlar to'lay oladigan narxni belgilanishini va xaridorlarni zabt eta olinishiga ishonch hosil qilishlari kerak.

Marketingning eng asosiy elementlaridan bo'lmish reklama hozirgi zamonda tadbirkorlar uchun juda samarali marketing quroli hisoblanadi. Reklama juda muhim, lekin u marketingning yagona qismi emas. Shuning uchun ham rejaning ushbu qismini sal kengroq nazar bilan tuzish kerak.

Biznes rejaning ushbu qismini yozishda quyidagi jihatlarga ahamiyat berish muhim:

1. *Raqobatchilarning marketing strategiyasini tubdan o'rganib chiqing va agar u ishlayotgan bo'lsa, shunga o'xshash strategiyani o'zingiz uchun ishlab chiqing.* Agar o'rganib chiqqan strategiyalaringizni yanada mukammallashtirish imkoni bo'lsa, albatta buni amalga oshiring. Eng asosiysi, bularni batafsil o'z rejangizda yoriting.

2. *Mo'ljaldagi xaridorlarning asosiy talablari qanday?* Xaridorlar haqida demografik ma'lumotlar: ularning yoshi, jinsi, daromad darajasi, asosiy kasb sohalari (masalan, ofis ishchilari, fabrika ishchilari yoki haydovchilar).

3. *Muvaffaqiyatli marketing strategiyasi asosan bir necha reklama strategiyalarini o'z ichiga qamrab oladi.* Masalan, radio va televizor reklamalari, ijtimoiy tarmoqlar va vebsayt, gazeta, savdo yarmarkalari,

potensial xaridorlarga qo'ng'iroq qilish/sms yuborish va hokazo. Mo'ljaldagi xaridorlar guruhi asosan qaysi informatsiya vositalaridan foydalanishlarini o'rganishingiz shart. (masalan, uy bekalariga mo'ljallangan reklamani avtomobilga yoki futbolga bag'ishlangan gazetaga joylashtirish umuman foyda keltirmasligi aniq).

4. Xaridorlarga qanday yo'l bilan mahsulot va xizmatlaringizni taklif etish strategiyasini aniqlagach, ushbu strategiyani batafsil tasvirlab berishingiz muhim. Mahsulot qanday yo'llar bilan tarqatiladi va ularni sotib olgan xaridorlar qanday rag'batlantiriladi?

Marketing strategiyasi doimo yangilanib borilishi muhim. Bozor va xaridorlar talabi o'zgarib turadi. Raqobatchilar yangi mahsulot taklif etishi, texnik rivojlanish, demografik o'zgarishlar bozorga ta'sir etadi. Shuning uchun xaridorlarni doimo o'rganib borish va ular nima istashlarini oldindan bilish sizga qo'shimcha ustunlik taqdim etadi.

Raqobatchilar haqida ma'lumot.

Bozordagi raqobatchilarning kuchli va kuchsiz taraflarini tushunish raqobatbardosh bo'lishga katta yordam beradi. Raqobatchilar doimiy ravishda tahlil qilib borilishi kerak. Raqobatchilar kimligini bilish esa bozorda samarali bo'lishga yordam beradi.

Agar raqobatchi qiynalayotganini bilsangiz, buning sabalarini aniqlash muhim. Ushbu ma'lumot xuddi shunday xatoni takrorlamaslikka yordam beradi. Xuddi shunga o'xshash, agar raqobatchi juda ham muvaffaqiyatli bo'lsa, buning sabablarini o'rganish va uni qo'llash zarur. Agar raqobatchi muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatayotgan bo'lsa, potensial sarmoyachiga nima uchun ushbu bozorda yana bir mahsulot va xizmatga joy borligini tushuntirib berish kerak bo'ladi.

Biznes-rejaning ushbu qismida quyidagi aniq ma'lumotlar keltirilishi kerak:

1. Eng yaqin raqobatchilar kimlar? Ular qayerda joylashgan? Qancha vaqt davomida ular ushbu biznes bilan shug'ullanib kelishmoqda? Ular qancha daromad qilishini bilasizmi?

2. Agar raqobatchi qiynalayotgan bo'lsa, uning sabablari nima? Raqobatchi bozorning necha foiz ulushiga egalik qiladi? Qaysi jihatlari bilan siz bajaradigan ishlar raqobatchilarnikidan farq qiladi yoki o'xshaydi?

3. Agar raqobatchi muvaffaqiyatli bo'lsa, uning sabablari nima? Undan ham muvaffaqiyatli bo'lish imkoni mavjudmi? Siz raqobatchidan ham muvaffaqiyatli bo'lishni qanday rejalashtiryapsiz? Raqobatchin-gizning biznesi o'sib boryaptimi yoki pasayib boryaptimi?

Kundalik bajariladigan amaliy ish jarayoni.

Yuqorida sanab o'tilgan tarkibiy qismlar potensial sarmoyadorda g'oyangizga haqiqiy qiziqishni oshirishga xizmat qiladi. Biznes rejaning amaliy ish jarayoni qismida esa sarmoyador yoki kredit uyushmasi ushbu g'oyaning amaliy ijrosi qanday qilib ta'minlanishini ko'rib chiqishadi. Ular taklif etilayotgan mahsulot va xizmatning bozorga olib

chiqish uchun qaysi resurs va usullardan foydalanishi bilan qiziqishadi.

Biznes rejaning ushbu qismi quyidagi biznes talablarni tasvirlab berishi kerak:

1. *Tadqiqot va Rivojlantirish (Ingliz tilida Research & Developemnt - R&D deb yuritiladi)* – Taklif etilayotgan mahsulot ishlab chiqishning qaysi bosqichda bo'lishiga qarab, T&R haqida qisqacha ma'lumot, agar imkon bo'lsa mahsulot prototipini taqdim etish mumkin.

2. *Xarid qilish* – Mahsulot va xizmatlarni rivojlantirish va bozorga yetkazib berish uchun qanday xizmatlar va ishlab chiqarish xomashyolari xarid qilinadi?

3. *Ishchilar* – Kundalik ishlarni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan ishchilar.

4. *Jihoz va uskunalalar* – komputer, ishlab chiqarish texnikasi, printer va hokazo.

5. *Ofis/idora*– idora, zavod, fabrika, omborxonona va boshqalar.

Shuningdek, siz ushbu jarayonlarning tadbiiq etish strategiyasini batafsil yozishingiz kerak.

Menejment.

Ko'pgina sarmoyadorlar biror bir biznesga moliya ajratishdan avval ushbu biznesning yuqori menejment tajribasi va qobiliyatiga alohida ahamiyat berishadi. Chunki g'oya qanchalik ajoyib bo'lmasin, agar uning boshida boshqarishni bilmaydigan menejerlar jamoasi tursa, ushbu g'oyaning muvaffaqiyatga aylanishi mushkul.

Potensial sarmoyadorlar menejment jamoasining tajribali ekanligiga va g'oyani amalga oshirishga qodir ekanliklariga amin bo'lishlari kerak.

Agar mavjud boshqaruv jamoasida kadrlar qobiliyati muammosi bo'lsa, buni albatta biznes rejada ko'rsatilishi kerak. Shuningdek, bu muammoni qanday bartaraf etilishi ham batafsil tasvirlab berilishi shart. Masalan, mavjud menejerlarni qo'shimcha tayyorlash yoki boshqa iqtidorli menejerlarni jalb etish rejasi ko'rsatilishi kerak.

Biznes rejaning bu qismini tayyorlashda quyidagi 4ta yo'nalish bo'yicha batafsil ma'lumot beriladi:

1. *Direktor va menejerlar haqida ma'lumot:* ta'lim darajasi; erishgan muvaffaqiyatlari; qobiliyatlari; biografik ma'lumotlari.

2. *Ish tajriba/malakalari haqida ma'lumot:* avvalgi boshqaruvda ishlash tajribalari haqida ma'lumot.

3. *Kim nima bilan shug'ullanadi va nima uchun?* Kim natijalarga javobgar bo'ladi? Boshqaruv dasturi.

4. *Maosh vs Social Paket (ijtimoiy paket) haqida ma'lumot:* kim qancha maosh olishi, qanday ijtimoiy paketga ega bo'lishi va agar bonuslar ajratilsa, ular haqida batafsil ma'lumot.

Mutaxassis xodimlar.

Har qanday biznesning muvaffaqiyatini ushbu biznesda ishlayotgan mutaxassislar bilan o'lash mumkin. Chunki ayrim tadqiqotlarga ko'ra xaridorlarning 70 foizi agar tez va sifatli xizmat ko'rsatilmasa, ushbu biznes bilan aloqalarini butunlay uzishadi. Tez va sifatli xizmat esa biznesning ishchilari tomonidan ko'rsatiladi. Shuning uchun ham ishga olinayotgan kadrlarni sinchkovlik bilan tanlash strategiyasini ishlab chiqish kerak.

Biznes-rejaning ushbu qismini yozayotganda quyidagi savollarga ahamiyat bering:

1. Hozirgi vaqtda biznesni yuritishga nechta ishchi zarur? (to'liq stavka yoki yarim stavka bo'yicha ishlashadimi?)

2. Yaqin kelajakda nechta ishchi zarur bo'lishi mumkin? Keyingi 3-5 yildachi?

3. Ishchilarda qanday professional qobiliyatlar bo'lishi zarur?

4. Ularning ish tavsifini batafsil yozing.

5. Kimlarni ishga olishni bilasizmi? Agar yo'q bo'lsa, xodimlarni qanday qilib ishga yollashni rejalashtirayapsiz?

6. Ish haqini qanday kelishasiz? Soatbaymi yoki ishbaymi? Yoki shunchaki oylik maosh belgilanadimi?

7. Ishchilarga qanday ijtimoiy paket taqdim etishni rejalashtirayapsiz? Ular qancha turadi?

8. Qo'shimcha ish uchun oylik to'laysizmi?

Moliyaviy ma'lumotlar rejasi.

Har qanday biznes boshqaruvining markazida ushbu biznesning moliyaviy boshqaruvi turadi. Daromad keltiruvchi biznes tashkil etishning eng birinchi qadamlaridan biri bu moliyaviy boshqaruv tizimini tashkil etishdir.

Ushbu tizimni tuzishda quyidagi 4ta yo'nalish bo'yicha ma'lumot berilishi kerak:

1. *Naqd pul muomalasi rejasi.* Ushbu reja biznesdagi barcha naqd pul tushum va xarajatlarni nazorat qiladi. Naqd pul muomalasi rejasining mavjudligi har qanday biznesning rentabelligini aniqlash uchun zarurdir.

2. *Daromadlar jadvali.* Ushbu jadval shuningdek daromad va zarar jadvali deb ham yuritiladi. Ushbu jadval biznes kelib tushayotgan naqd pulni qanchalik yaxshi boshqara olishini ko'rsatib beradi. Ushbu jadval kelib tushayotgan tushumlar va biznes xarajatlarini hisoblab boradi.

3. *Rentabellik me'yori tahlili.* Yalpi daromadning xarajatlar umumiy mosligidagi ko'rsatgichi. Ushbu tahlilda biznesda mavjud bo'lgan xarajatlarni qoplash uchun qancha daromad qilish kerakligini aniqlab berishga yordam beradi. Ushbu tahlilni barcha bizneslar amalga oshirishlari muhim hisoblanadi.

4. *Balans hisoboti.* Ushbu hisobot asosan yilning oxirida amalga oshirilgan tahlil natijasida tuziladi. Ushbu hisobotda biznesning ayni damdagi moliyaviy holatini aks ettiruvchi mavjud bo'lgan mulk, shaxsiy kapital, naqd pul, to'lov majburiyatlari o'rin oladi.

Agar moliyaviy ishlarda tajribangiz bo'lmasa va moliyaviy boshqaruv tizimini qanday ishga qo'yishni bilmasangiz, unda ushbu soha bo'yicha tajribali mutaxassisni topishingiz shart. Mutaxassis sizga moliyaviy boshqaruv tizimini tuzib berishga yordam beradi.

Yordamchi hujjatlar.

Va nihoyat biznes rejaning eng oxirgi qismi, yordamchi hujjatlarlarga yetib keldik. Unda biznes rejaning asosiy qismlarida tayyorlangan bayonotlarni asoslab beruvchi hujjatlarni taqdim etishingiz kerak.

Masalan:

- Menejerlar va ishchilar rezyumelari;
- Kredit olgan bo'lsangiz, u haqida ma'lumot beruchi hujjat;
- Hozirgi yoki bo'lajak xaridorlardan sizning mahsulot va xizmatlaringizga bo'lgan qiziqish to'g'risida ulardan xat;
- Tavsiyanomalar;
- Agar ushbu xizmatni bajarish yoki mahsulotni sotish uchun shartnoma bo'lsa, ushbu shartnomalar ;
- Siz taklif etayotgan mahsulot va xizmat hududdagi demografik ma'lumotlar, masalan *aholining yoshi, jinsi va h.k.*;
- Biznesga tegishli bo'lgan yuridik hujjatlar;
- Patent va mualliflik huquqini tasdiqlovchi hujjatlar.

Yuqorida keltirilgan hujjatlar ro'yxati to'liq emas va ushbu ro'yxat qanday biznes tashkil etayotganingizga qarab o'zgarishi mumkin.

Aziz o'quvchu, biz sizga biznes reja nega muhimligi, biznes reja qanday qismlardan tashkil topishi va uning har bir qismida nimalarga ahamiyat berish kerakligi haqida batafsil ma'lumotlar bilan bo'lishdik.

Siz ushbu ma'lumotlardan foydalangan holda o'z g'oyalaringizni aniq bir biznes rejaga aylantirish imkoniyatiga egasiz. Bu esa sizga g'oyangizni amalga oshirish uchun yana bir qadam oldinga tashlash imkoniyatini beradi. Qanday g'oya bo'lishidan qat'iy nazar uni amalga oshirish uchun mablag' topishda sizdan eng avval aniq biznes rejangiz borligi so'raladi.

Agar biznes rejangiz bo'lmasa, g'oyangiz qanchalik ajoyib bo'lmasin, u faqat g'oyaligicha qolib ketishi tayin. Bizneslarni ro'yxatga oluvchi va ularni nazorat qiluvchi tashkilotlarning ma'lumotlariga ko'ra, deyarli 90% bizneslar birinchi 2 yil davomida muvaffaqiyatsizlikka uchraydi. Va bu muvaffaqiyatsizlikning eng asosiy sababi - aniq bir rejaning yo'qligi, biznes reja puxta ishlab chiqilmaganligida. Shu sababli siz ham ushbu xatoga yo'l qo'ymaslik uchun aniq va puxta biznes rejani ishlab chiqishingiz zarur.

5.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishdagi tahlil

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar va tashkilotlar faoliyat yuritishlarini mablag' bilan ta'minlash iqtisodiy muammolardan biri bo'lib, katta tavakkalchilikni talab etadi. Sarflangan mablag'larni qaytarish, qoplash muddati qanchalik uzoq bo'lsa, bu xavf darajasi ham shunchalik

oshib boradi. Chunki, bu muddat ichida bozor kon'yunkturasi ham, narxnavolar ham, ish haqi to'lovlari ham zimdan oshib boradi.

Misol tariqasida, «Jahongir» kichik korxonasi mablag' bilan ta'minlanish va uni o'zlashtirish tartibini ko'rib chiqamiz. Korxonada ixtiyorida o'zlashtirish uchun 120 ming so'mlik xomashyo resurslari va tayyor mahsulotlar mavjud. Mazkur resurslardan foydalanish natijasida korxonada 35 ming so'm daromad olishni ko'zda tutmoqda. Shu asnoda korxonada rivojlanish fondidan ajratilgan pullar va bankdan olingan kreditlarni 4 yildan kechiktirmasdan qaytarishi rejalashtirilgan. Xo'sh, ushbu loyiha talabni qondira oladimi?

Buning uchun quyidagi hisob-kitoblarni amalga oshiramiz.

Korxonada xarajatlarni qoplash muddati quyidagi formula orqali hisoblanadi:

Xarajatlarni qoplash muddati	=	Boshlang'ich investitsiyalar	=	120000	=	3,4 yil	(1)
		Har yilgi pul daromadlari		35000			

Yuqorida korxonalar moliyaviy holatini alohida tomonlari va yo'nalishlarini tahlil qilish masalalari ko'rib chiqildi. Moliyaviy tahlilning yakuniy bosqichi bo'lib, korxonalar faoliyatining moliyaviy yakunlari tahlili hisoblanadi. Korxonalar faoliyatining moliyaviy yakunlari foyda va rentabellik ko'rsatkichlari hisoblanadi.

Foyda ijtimoiy ishlab chiqarish hamma bosqichlarining iqtisodiy toifasidir. Qayerda ijtimoiy ishlab chiqarish barpo etilgan bo'lsa, unda qatnashuvchilarning mehnati ikkiga bo'linadi – birinchi qismi ishlab chiqarish qatnashchilarini shaxsiy ehtiyojlarini ta'minlash, qoplash uchun foydalaniladi, ikkinchi qismi esa mulkdorlarni, davlat va ijtimoiy ehtiyojlarni qoplashga safarbar etiladi.

Foyda iqtisodiy kategoriya va moliyaviy yakun sifatida o'zining eng yuqori ahamiyatiga bozor munosabatlari, bozor iqtisodiyoti davrida ko'tariladi. Foydani barpo etish, uni realizatsiya qilish bu kengaytirilgan qayta ishlab chiqarishni, qiymat qonunini va xo'jalik yuritish usuli sifatida foydalanadigan xo'jalik hisobotining obyektiv talabidir.

Kengaytirilgan qayta ishlab chiqarish ishlab chiqarishning doimo kengayishini, uning texnikaviy darajasini muntazam ko'tarib turishni talab etadi. Buning uchun ishlab chiqarishda hamma vaqt foydaga erishilishi, realizatsiya qilinishi va undan ishlab chiqarish ehtiyojlari uchun foydalanish lozim.

Qiyamat qonuni alohida korxonalarda mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan xarajatlar – ijtimoiy-zaruriy xarajatlar darajasida yoki undan kam bo'lishini talab etadi. Bu talabni amalga oshirish uchun korxonalar foydaga ega bo'ladilar va ularning rentabellik darajasi o'rtacha yoki undan yuqori bo'lishi kerak.

Ma'lumki, xo'jalik hisobining asosiy talabi - korxonalar faoliyati rentabelli bo'lishi, ya'ni korxonalar o'z faoliyatini foyda olish bilan yakunlashlaridir. Foyda — mutlaq ko'rsatkich bo'lib, u korxonalar faoliyati samarasini ifodalaydi. Foyda korxonalar faoliyatining har xil yo'nalishlarini moliyaviy yakunidir. Shu sababli foyda turli shaklda bo'lishi mumkin.

Respublikamizda «Mahsulot (ishlar va xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risidagi Nizom» qabul qilinmasdan oldin korxonalar foydasi quyidagi shakllarda hisobga olinar edi: balans bo'yicha; sotilgan mahsulotlardan; boshqa sotuv operatsiyalar; noishlab chiqarish; sof foydalar.

Yuqorida ko'rsatilgan Nizomga binoan korxonalar va tashkilotlar foydasi quyidagi shakllarda hisobga olinadi:

- **mahsulot sotishdan olingan yalpi foyda.** Bu sotishdan olingan sof tushumdan sotilgan mahsulotning ishlab chiqarish tannarxini olish bilan aniqlanadi;

- **asosiy faoliyatdan olingan foyda** — asosiy faoliyatdan ko'rilgan foyda, bu mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda bilan davr xarajatlari o'rtasidagi tafovut va plyus, asosiy faoliyatdan ko'rilgan boshqa daromadlar yoki minus boshqa zararlar sifatida aniqlanadi;

- **xo'jalik faoliyatidan olingan foyda** (yoki zarar), bu asosiy faoliyatdan olingan foyda summasi, plyus moliyaviy faoliyatdan ko'rilgan daromadlar va minus zararlar sifatida aniqlanadi;

- **soliq to'lagungacha olingan foyda**, u umum xo'jalik faoliyatidan olingan foyda, plyus favqulodda (ko'zda tutilmagan) vaziyatlardan ko'rilgan foyda va minus zarar sifatida aniqlanadi.

- **yilning sof foydasi**, u soliq to‘langandan keyin xo‘jalik yurituvchi subyekt ixtiyorida qoladi.

Demak, xo‘jalik faoliyatidan olingan foyda hisoblanayotganda moliya faoliyatidan ko‘rilgan foyda hamda soliq to‘lagungacha olingan foyda hisoblanayotganda favqulotda vaziyatlardan ko‘rilgan foyda aniqlanadi, e‘tiborga olinadi.

Ko‘rinib turibdiki, qabul qilingan Nizomga ko‘ra, foyda shakllari tarkibi kengaytirildi va foyda shakllari bozor munosabatlariga moslashtirildi. Korxonalar faoliyatining moliyaviy yakunlari buxgalteriya balansi va «Moliyaviy faoliyat to‘g‘risidagi hisobot»ga asosanib tahlil qilinadi va bu tahlil yuqorida ko‘rilgan foydaning butun shakllari bo‘yicha o‘tkazilishi lozim. Shu sababli ana shu foyda shakllari ustida to‘xtalamiz.

Sotilgan mahsulotlardan olingan yalpi foyda foydaning asosiy shakli bo‘lib, u sotishdan olingan tushumdan sotilgan mahsulotlar tannarxini ayirish bilan aniqlanadi. Sotilgan mahsulotlardan olingan sof tushumni aniqlash uchun sotilgan mahsulotlardan olingan yalpi tushumdan davlat budjetiga o‘tkazilgan qo‘shilgan qiymatga solinadigan soliq aksiz soliqlari va eksport-bojxona poshinalari olib tashlanadi.

Asosiy faoliyatdan olingan foyda sotilgan mahsulotlardan olingan foydadan davr xarajatlarini olib tashlash va asosiy faoliyat bilan aloqador boshqa daromadlar, zararlarini e‘tiborga olish yo‘li bilan aniqlanadi.

Davr xarajatlari deganda bevosita ishlab chiqarish jarayoni bilan bog‘liq bo‘lmagan xarajatlar va sarflar tushiriladi va o‘z tarkibiga boshqarish xarajatlarini, mahsulotni sotish xarajatlarini va umumxo‘jalik – ahamiyatiga ega bo‘lgan boshqa xarajatlarni oladi.

Asosiy ishlab chiqarish faoliyatidan olinadigan boshqa daromadlarga — qarzdorlardan olingan jarima, penyalar, hisobot yilida aniqlangan o‘tgan yillardagi foyda, sotilgan asosiy va aylanma mablag‘lardan olingan daromadlar, davlat subsidiyalari, xolisona moliyaviy yordam, oshxona, yordamchi xizmatlardan olingan daromadlar kiritiladi. Asosiy ishlab chiqarish faoliyati, mahsulot sotishdan tashqari, korxonalar xarajatlari tarkibida konservatsiya qilingan ishlab chiqarish kuchlari bilan bog‘liq bo‘lgan sarflar, tara bilan bog‘liq bo‘lgan operatsiyalardan zararlar, sud va arbitraj xarajatlari, to‘langan jarimalar va penyalar, voz kechilgan debitorlik qarzlari bilan bog‘liq ziyonlar, valuta operatsiyalari bo‘yicha

salbiy farqlar, o'tgan yillarda o'tkazilgan operatsiyalar bo'yicha ziyonlar va hokazo bilan bog'liq bo'lishi mumkin.

Xo'jalik faoliyatidan olingan foyda korxonalar asosiy faoliyatidan tashqari moliyaviy natijalarni ham e'tiborga olish yo'li bilan aniqlanadi. Buning uchun korxonalar moliyaviy faoliyati bilan bog'liq bo'lgan daromadlar va xarajatlar hisobga olinadi.

Moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar — aksiyalarga olingan dividendlar, shu'ba va assosatsiya qilingan korxonalardan olingan dividend va xarajatlar, xorijiy mamlakatlarning valutalari bo'yicha ijobiy kurs, qimmatli qog'ozlarga sarf qilingan sarmoyalarni qaytadan baholashdan olingan daromadlar, uzoq muddatga ijaraga berilgan mol-mulkdan tushgan daromadlar va hokazo.

Moliyaviy faoliyat xarajatlari – uzoq muddatga ijaraga olingan mol-mulkarga to'lovlar, chet el valutasini bilan operatsiyalar bo'yicha salbiy kurs tafovutlar va zararlar, qimmatli qog'ozlarga sarflangan mablag'larni qayta baholashdan ko'rilgan zararlar va hokazo.

Soliq to'langungacha olingan foyda ishlab chiqarish, noishlab chiqarish moliyaviy faoliyat yakunlaridan tashqari ko'zda tutilmagan vaziyatlardan kelib chiqqan daromad va zararlarini e'tiborga olish yo'li bilan hisoblanadi. Ko'zda tutilmagan vaziyatlar bilan bog'langan daromad va xarajatlar korxonalar odatdagi xo'jalik faoliyatiga xos emasligi, bir necha yil mobaynida takrorlanmasligi kerak. Boshqaruv xodimlari tomonidan qabul qilinadigan qarorlarga bog'liq bo'lmasligi lozim.

Sof foyda – korxonalar o'zida qoladigan daromad bo'lib, u korxonalar ehtiyojlari uchun foydalanadigan daromadlardir. Yuqorida ko'rilgan korxonalar foyda shakllari moliyaviy holatni tahlil qilishda katta ahamiyatga ega, lekin nizomda yana bir foyda shakli ko'rilgan – bu soliqqa tortiladigan foyda.

Soliqqa tortiladigan foydani aniqlash uchun soliqqa tortilgungacha bo'lgan foydaga:

- nizomda keltirilgan birinchi ilovaga asosan chegirilmaydigan xarajatlar yoki doimiy tafovutlar qo'shiladi;
- Nizomda keltirilgan ikkinchi ilovaga binoan vaqtlar bo'yicha tafovutlar qo'shiladi yoki ayirib tashlanadi;
- qabul qilingan soliqlar bo'yicha qonunlarga binoan korxonalarda soliqlar bo'yicha tasdiqlangan imtiyozlar ayirib tashlanadi.

Ko'rinib turibdiki, soliqqa tortiladigan foydani hisoblash murakkab bo'lib, u soliqlarni fiskal funksiyasini yanada kuchaytirish bilan bog'langan. Shu sababli moliyaviy tahlil davrida bu foyda shaklini aniqlash, uni tahlil etish korxonalar moliyaviy holatini baholashda o'z o'mini topishi lozim. Yuqorida ko'rilgan hamma foyda shakllari moliyaviy tahlilda foydalaniladi, lekin korxonalar moliyaviy holatini baholashda alohida e'tibor soliq olingungacha olingan foyda va sotilgan mahsulotlardan olingan foyda ko'rsatkichlarga safarbar etiladi. Chunki soliq olingungacha olingan foyda korxonalar butun xo'jalik moliyaviy holatini ifodalaydi. Sof foyda esa korxonalar jamiyat oldidagi burchini oqlagandan so'ng o'zlarining kelgusida rivejlanish imkoniyatlarini ifodalaydi. Moliyaviy tahlilda foyda ko'rsatkichlarining hajmi, ularning tahlil qilayotgan davr mobaynida o'zgarish dinamikasi va korxonalar foydasiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarini tahlil qilinishi lozim:

Foydaga ta'sir ko'rsatuvchi omillar ichki va tashqi, obyektiv va subyektiv, tashkiliy va iqtisodiy, ishlab chiqarish va texnikaviy bo'lishi mumkin. Moliyaviy tahlilda asosiy e'tibor, iqtisodiy, analitik hamda moliyaviy holatga bevosita va miqdoran ta'sir ko'rsatuvchi omillarga yo'naltirilishi lozim.

Sotilgan mahsulotlardan olingan yalpi foydani tahlil etishda quyidagilar bunday omillar bo'lib hisoblanadi: sotilgan mahsulotlarning hajmining o'zgarishi; sotilgan mahsulotlarning tannarxini o'zgarishi; sotilgan mahsulotlarning narx-navolarining o'zgarishi; sotilgan mahsulotlarning tarkibiy, assortimentining o'zgarishi.

Omili tahlil korxonalar faoliyatini moliyaviy yakuni natijasi foyda tahlilining zaruriy qismidir. Korxonalar faoliyatining samarasiga baho berilganda olingan foydani ko'payishi yoki kamayishi, qaysi omillar ta'sirida bo'lganligini aniqlash katta ahamiyatga ega.

Foyda hajmini o'zgarishi-ko'payishi mahsulotlarni ko'p sotish, tannarxni pasaytirish, tasdiqlangan assortimentni o'zgartirish va narx-navoni ko'tarish natijasi bo'lishi mumkin va aksincha.

Tannarxni pasaytirish, mahsulotlar hajmini ko'paytirish ijobiy omillar sifatida qabul qilinsa, narx-navoni ko'tarish va mahsulotlarning assortimentini o'zgartirish – salbiy omillar hisoblanadi. Chunki, narx-navoni ko'tarilishi bozorda yakka hukmronlikdan foydalanish natijasi bo'lishi mumkin. Assortimentning o'zgarishiga kelsak, korxonalar ham

xo'jalik va aholi ehtiyojini e'tiborga olmasdan ko'p foyda beradigan mahsulotlardan ko'proq ishlab chiqqan bo'lishi mumkin.

Endi, iqtisodiy adabiyotda keng foydalanilayotgan indeks usulidan foydalanib, korxonalar foydasiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni tahlil qilamiz.

Korxonalarda sotilgan mahsulotlardan olingan yalpi foydaning umumiy o'zgarishi – bu **dinamika indeksi**dir.

$$\begin{aligned} & \text{Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy narxlarda} - \text{Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy tannarxda} \\ & \text{O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr narxlarida} - \text{Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy narxlarda} \\ & = \frac{\sum K_1 S_1 - \sum K_1 C_1}{\sum K_0 S_0 - \sum K_0 C_0} \end{aligned}$$

Bu indeks sxema sifatida:

K_1 va K_0 – joriy va o'tgan davrlarda sotilgan mahsulotlarning soni; TS_1 va S_0 – joriy va o'tgan davrlarda sotilgan mahsulotlarga qo'yilgan narxlar;

S_1 va S_0 – joriy va o'tgan davrlarda sotilgan mahsulotlarning tannarxi.

Indeksning suratida joriy davrda olingan foyda ko'rsatiladi, chunki sotilgan mahsulotlar joriy narxlarda ($K_1 S_1$) ifodalangan bo'lib, undan joriy davrda sotilgan mahsulotlarni joriy tannarxi ($K_1 S_1$) olib tashlangan.

Indeksning maxrajida esa o'tgan davrda olingan foyda ko'rsatiladi, chunki unda o'tgan davrda sotilgan mahsulotlardan olingan tushumdan ($\sum K_0 TS_0$) bu mahsulotning tannarxi olib tashlanadi ($\sum K_0 S_0$).

Foydaning joriy davrda o'tgan davrga nisbatan o'zgarishiga – dinamikasiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni indekslar yordamida aniqlaymiz.

Sotilgan mahsulotlar hajmining o'zgarishi ta'sirni aniqlovchi indeks:

$$\begin{aligned} & \text{Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannarxida} \times \text{O'tgan davrdagi rentabellik koeffitsiyenti} \\ & \text{O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannarxida} - \text{O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannarxida} \end{aligned}$$

Bu indeks quyidagi shakl sifatida yoziladi:

$$= \frac{\sum K_1 C_0 \cdot R_0}{\sum K_0 C_0 - \sum K_0 N_0}$$

O'tgan davrdagi rentabellik koeffitsiyenti o'sha davrda mahsulot sotuvdan olingan foydani shu mahsulotning tannarxiga bo'lish yo'li bilan aniqlangan. Indeks suratida joriy davrda olingan foyda ko'rsatiladi, lekin bu hisob-kitobda mahsulotlarning narxi va tannarxi o'zgarishiga e'tiborga olingan. Indeks maxrajida, yuqorida ko'rsatilgandek o'tgan davrda sotilgan mahsulotlardan olingan foyda aniqlangan. Demak, bu indeks faqat sotilgan mahsulotlarning hajmi ta'sirini ko'rsatadi. Iqtisodiy adabiyotda bu omilning ta'siri odatda, boshqa yo'l bilan aniqlanadi.

O'tgan davrda olingan foyda joriy davrda o'tgan davrga nisbatan sotilgan mahsulotlar dinamika ko'rsatkichiga ko'paytiriladi va natija o'tgan davrda olingan foyda bilan solishtiriladi. Olingan natija mualliflar fikricha foydaga sotilgan mahsulotlarda hajmining ta'sirini ko'rsatadi. Masalan, o'tgan davrda olingan foyda 500 ming so'm, sotilgan mahsulotlarning joriy davrda o'tgan davrdagiga nisbatan dinamikasi 110 foiz. Demak, $(500 \cdot 110) / 100 = 550$ ming s. – 500 ming s. = 50 ming s.

Ko'rinib turibdiki, korxonada foydasi sotilgan mahsulotlar hajmining o'zgarishi natijasida 50 ming so'mga ko'paygan.

Fikrimizcha, bu hisob-kitobda sotilgan mahsulotlar hajmining o'zgarishidan tashqari, ularning tarkibiy-assortiment o'zgarishi ta'sirini

ham o'z ichiga oladi. Demak, bu yo'l bilan aniqlanayotgan omil ta'sirini hisoblash assossiz va noto'g'ri.

Sotilgan mahsulotlar tannaxrining ta'siri indeksi:

Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy narxlarida	—	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy tannaxrida
Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy narxlarida	—	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannaxrida

Bu quyidagi shakl sifatida yoziladi:

$$= \frac{\sum K_1 Q_1 - \sum K_1 N_1}{\sum K_1 Q_1 - \sum K_1 N_0}$$

Ko'rinib turibdiki, indeks suratida joriy davrda olingan foyda ko'rsatilgan, maxrajida ham joriy davrda mahsulot sotishdan olingan foyda, lekin bu hisob-kitobda joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'zgarmas, o'tgan davr tannaxrida (So) olingan. Demak, bu indeks korxonaga foydasiga mahsulotlar tannaxrining o'zgarish ta'sirini aniqlaydi.

Sotilgan mahsulotlarga qo'yilgan narx-navolarning ta'sir indeksi:

Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy narxlarida	x	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannaxrida
O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr narxlarida	—	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannaxrida

Bu indeks sxema sifatida:

$$= \frac{\sum K_1 S_1 - \sum K_1 C_0}{\sum K_1 S_0 - \sum K_1 C_0}$$

Ko'rinib turibdiki, ham suratda, ham maxrajida joriy davrda sotilgan mahsulotlardan olingan foyda aniqlanayapti. Lekin bajarilgan hisob-kitoblarda sotilgan mahsulotlarning tannaxri (So) o'zgarmas sifatida, ya'ni o'tgan davr darajasida olingan. Sotilgan mahsulotga qo'yilgan narx-navolar o'zgaruvchan. Demak, bu indeks korxonaga foydasiga narxlar ta'sirini aniqlaydi.

Sotilgan mahsulotlar tarkibiy, assortiment o'zgarishining ta'sir indeksi:

Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr narxlarida	—	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannaxrida
Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannaxrida	x	O'tgan davrdagi rentabellik koeffitsiyenti

Bu indeks quyidagi shakl sifatida yoziladi:

$$Y = \frac{\sum K_1 S_0 - \sum K_1 C_0}{\sum K_1 C_0} \cdot R_0$$

Bu gal ham indeksning suratida va maxrajida joriy davrda sotilgan mahsulotlardan olingan foyda ifodalangan. Lekin ko'rinib turibdiki, suratda aniqlangan foyda joriy davrda sotilgan mahsulotlarni hajmiga, o'tgan davr narx-navo va tannaxrlariga asoslangan. Maxrajida esa sotilgan mahsulotdan olingan foyda o'tgan davr rentabellik koeffitsiyentiga asoslangan bo'lib, u o'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davrdagi tarkibni, assortimentini hisobga olgan.

Shunday qilib, indeksning surati sotilgan mahsulotlardan olingan foyda mahsulotlarning joriy tarkibiga, maxrajida aniqlangan foyda sotilgan mahsulotlardan olingan foyda mahsulotlarning o'tgan davrdagi tarkibiga asoslangan, demak bu indeks mahsulotlarni tarkibiy o'zgarishini korxonaga foydasiga ta'sirini aniqlab beradi.

Yugorida keltirilgan omil indeksleri bir-biri bilan bog'liq va ularning ko'paytmasi umumiy indeksga barobar. Ya'ni:

$$= \frac{\sum K_1 S_1 - \sum K_1 C_1}{\sum K_0 S_0 - \sum K_0 C_0} = \frac{(\sum K_1 S_0) \cdot R_0}{\sum K_0 S_0 - \sum K_0 C_0} \times \frac{\sum K_1 S_1 - \sum K_1 C_1}{\sum K_1 S_1 - \sum K_1 C_0} \times \frac{\sum K_1 S_1 - \sum K_1 C_0}{\sum K_1 S_0 - \sum K_1 C_0} \times \frac{\sum K_1 S_0 - \sum K_1 C_1}{(\sum K_1 C_0) \cdot R_0}$$

Yuqorida ko'rilgan omilli tahlilni o'tkazish uchun moliyaviy hisobot ma'lumotlaridan tashqari birlamchi buxgalteriya ma'lumotlaridan foydalanishga to'g'ri keladi, lekin bu qo'shimcha mehnat moliyaviy tahlil asosida faoliyatni rejalashtirishda, albatta, o'zini oqlaydi. Chunki korxonalar faoliyatining moliyaviy yakunlarini baholashda yuqorida keltirilgan omillar ta'sirini miqdoran aniqlash katta ahamiyatga ega.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Biznes. Bashorat. Rejalashtirish. Biznes-reja. Rentabellik. Samaradorlik. Koeffitsiyent. Indeks. Normativ. Korrelyatsiya.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. Korrelyatsiya tahlilining asosiy vazifasiga nima kiradi?
2. Biznes atamasi mazmunini yoritib bering.
3. Biznes-reja tarkibiy qismi bo'yicha ma'lumot bering.
4. Rejalashtirish bosqichlari to'grisida tushunchangizni ifodalang.
5. Rentabellik nimani ifodalashga xizmat qiladi?
6. Samaradorlik ko'rsatgichi nimani aniqlashga qaratilgan?
7. Koeffitsiyent orqali nima ifodalanishi mumkin?
8. Indeks asosan nimani belgilaydi?
9. Normativ nima uchun kerak?
10. Korrelyatsiya degani nimani anglatadi?

6. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIGA XIZMAT KO'RSATUVCHI BOZOR INFRATUZILMALARI

6.1. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmasi turlari.

6.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli.

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

6.4. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida audit va auditorlik taftishini o'tkazish.

6.5. «Axborot», «boshqaruv axboroti» tushunchasi, tashkilotning axborot salohiyati.

6.6. Tashkilotning axborot tizimi, axborot bilan ishlash texnik vositalari.

6.7. Kommunikatsiya turlari va uzatilayotgan axborot oldidagi to'siqlar.

6.8. Kommunikatsiyaning mohiyati va elementlari, kommunikatsiya bosqichlari.

6.1. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmasi turlari

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

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

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

juda keng qarmovli tushuncha bo'lib, bu eng avvalo ishlab chiqarish jarayoniga har taraflama xizmat ko'rsatadigan xizmat turlarini yaratish bilan bog'liq. Infratuzilma bo'linmalari rivojlanib borishidan kichik tadbirkorlik subyektlari katta manfaat ko'radi, negaki bunday bo'linmalar ularni ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq bo'lgan ishlardan ozod etib, kuch-g'ayratini asosiy faoliyatiga qaratishga imkon yaratadi.

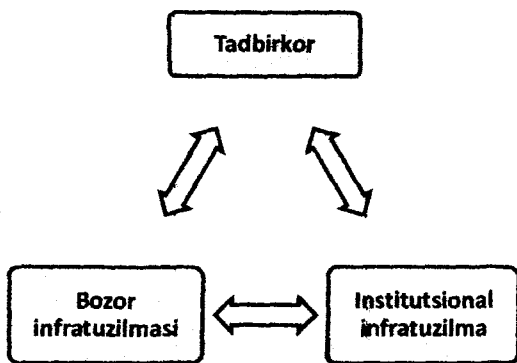
Infratuzilma tomonidan yaratiladigan sharoitlarni o'z navbatida quyidagicha turkumlash mumkin:

- bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko'rsatuvchi – moddiy texnika ta'minoti va tayyor mahsulotni sotish, axborotni yig'ish va qayta ishlash, buxgalteriya xizmati.

- texnologik, boshqaruv masalalari bo'yicha maslahat xizmati va boshqalar.

Ishchi kuchini takror ishlab chiqarish shart-sharoitlari – ishchi va xizmatchilarning sog'lig'ini, ta'lim olishi va kasbiy tayyorgarligini, dam olishlarini qo'llab-quvvatlash. Shu paytga qadar infratuzilmani ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmalar yig'indisidan iborat deb qarab kelingan.

Bozor iqtisodiyotiga asoslangan iqtisodiy tizim kirib kelishi bilan ishlab chiqarish infratuzilmasi ko'lami kengayib, «bozor infratuzilmasi» va «institutsonal infratuzilma» so'zlari iste'molga kirib bormoqda (6.1-chizma).



6.1-chizma. Biznes va infratuzilma bog'ligi

Bozor infratuzilmasi bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlarni o'z ichiga oladi. Uning tarkibiga *yuk transporti*,

elektr, gaz va suv ta'minoti, ombor xo'jaligi, aloqa, axborot, moddiy-texnika ta'minoti, mahsulotni tashish, saqlash va qayta ishlash, texnik xizmat ko'rsatish, marketing va reklama, axborot-maslahat, auditorlik, moliya-kredit va investitsion kabi xizmat turlari kiradi.

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

6.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli

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

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

Shuni alohida ta'kidlash kerakki, mamlakatimiz mustaqillikka erishgunga qadar bank va banklar bilan bo'ladigan turli iqtisodiy munosabatlar unchalik oshkora etilmas edi. Jahon xo'jaligining muhim xo'jalik yuritish qismi bo'lgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini barcha faoliyati banklar bilan bog'langanligi bugungi kunda hammaga ma'lumdur.

Banklarning o'ziga xos xususiyati shundaki, ular o'z mablag'lari bilangina emas, balki omonatchilar va kreditorlar, aksiyadorlar hamda mijozlar ularga ishonib topshirgan mablag'lar bilan, ya'ni keng jamoatchilik bilan ish ko'radi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida bank tizimi eng zarur jamoatchilik muassasalari tizimlaridan biri ekan, har qanday bankning muvaffaqiyatsizligi butun jamiyat miqyosida pul taklifi qisqarishi, to'lov tizimi buzilishi hamda hukumat yirik va kutilmagan majburiyatlarining vujudga kelishi kabi salbiy makroiqtisodiy oqibatlariga olib kelishi mumkin.

O'zbekiston Respublikasining ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayoni ko'pgina muhim iqtisodiy islohotlarning tarkibiy qismi sifatida bank tizimida ham chuqur o'zgarishlarni amalga oshirishini va iqtisodiyotni pul-kredit vositalari orqali tartibga solishning bir butun mexanizmini yaratilishini taqozo etmoqda. Iqtisodiy rivojlanishning o'sishi *bank kreditining* qo'llanilish ko'lamini kengaytirib boradi.

Kredit faqatgina har kunlik faoliyat bilan bog'liq ishlab chiqarish va muomala jarayonining qisqa muddatli ehtiyojlari uchun emas, balki uzoq muddatga kapitalga bo'lgan ehtiyojni qoplashga yo'naltiriladi. Bank kreditining manbai faqat vaqtincha bo'sh mablag'lar va kapital bo'lib qolmasdan, kredit asosida chek-depozit emissiyasi ham amalga oshiriladi. Bank tomonidan beriladigan kredit miqdori mavjud jamg'armalardan ko'p bo'lsa, bank chek-depozit emissiyasini amalga oshirishi mumkin. Bank tizimining muomalaga kredit pullarini chiqarishi depozitlar yaratish yo'li bilan to'laqonli pullar o'rmini bosuvchi kredit vositalarini vujudga keltiradi.

Respublika bank tizimini avtomatlashtirish va kompyuterlashtirishga qaratilgan chora-tadbirlar natijasida nafaqat bankning ichki ehtiyojlari uchun foydalaniladigan axborot tizimi va lokal dasturlar majmui, balki iqtisodiyotning moliyaviy faoliyatini ta'minlovchi yaxlit milliy to'lov tizimi yaratildi.

Banklar tomonidan aholiga ko'rsatilayotgan xizmatlar ko'lamini kengaytirish, zamonaviy texnologiyalar asosida qulayliklar yaratish maqsadida amalga oshirilib kelinayotgan bir qator chora-tadbirlar ham mamlakatimizning ijtimoiy-iqtisodiy hayotida o'z aksini topmoqda.

O'z navbatida, plastik kartochkalar va terminallar yordamida amalga oshirilgan o'tkazmalar hajmini yildan-yilga yuqori sur'atlarda oshirib borish ko'zda tutilgan. Shunga ko'ra amaldagi barcha tegishli me'yoriy hujjatlarga, shu jumladan, Markaziy bankning naqd pul muomalasiga taalluqli bo'lgan yo'riqnomalariga tegishli o'zgartirish va qo'shimchalar kiritildi.

Naqd pul muomalasida mavjud bo'lgan barcha cheklovlar bekor qilinishi esa naqd pul va naqd pulsiz hisob-kitoblarni birxillashtirish borasida qo'yilgan muhim qadam bo'ldi.

Amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida naqd pul muomalasi yanada mustahkamlanib, naqd pul mablag'larining bankdan tashqari aylanmasini qisqartirishga zamin yaratdi.

Shuningdek, xo'jalik yurituvchi subyektlarning banklardagi depozit hisobvaraqlaridan naqd pullarning uzluksiz berib borilishi to'liq ta'minlanib borildi.

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

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

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

1. Qisqa muddatli kreditlar (muddati bir yilgacha bo'lgan kreditlar).
2. O'rta muddatli kreditlar (muddati bir yildan uch yilgacha bo'lgan kreditlar).
3. Uzoq muddatli kreditlar (muddati uch yildan ortiq bo'lgan kreditlar).

Xalqaro kreditlar berilish muddatiga ko'ra birmuncha farq qiladi. Bunda bir yildan besh yilgacha muddatga berilgan kreditlar o'rta muddatli, besh yil va undan ortiq muddatga berilgan kreditlar uzoq muddatli kreditlar deb hisoblanadi. Kredit obyekt – bu har qanday pul emas, balki faqat vaqtincha bo'sh turgan, berilishi mumkin bo'lgan pullar va tovarlardir.

Kredit to'rt xil vazifani bajaradi:

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

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

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

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

Kreditning quyidagi asosiy shakllari mavjud:

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

6.4. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida audit va auditorlik taftishini o'tkazish

Tadbirkorlarning iqtisodiy faoliyat yuritishlarida moliyaviy va buxgalteriya hisob-kitoblarini to'g'ri amalga oshirishlarida auditorlik firmalari ham muhim rol o'ynaydi. Auditorlik firmalari bozor infratuzilmasining eng muhim elementlaridan biri bo'lib, mulkdorlar va davlatning mulkiy manfaatlarini himoya qilish maqsadida mustaqil moliyaviy nazoratni amalga oshiradi.

O'zbekistonda audit O'zbekiston Respublikasi «Auditorlik faoliyati to'g'risida»gi qonuni asosida amalga oshiriladi. Audit – xo'jalik yurituvchi subyektlarni mustaqil ekspertiza va moliyaviy hisobotini tahlil etuvchidir. Buni shunga vakil qilingan shaxslar – auditorlar (auditorlik firmalari) bajaradi.

Auditning asosiy maqsadi – moliyaviy va xo'jalik operatsiyalarining to'g'riligini va ularning O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga va boshqa me'yoriy hujjatlariga nechog'lik mosligini aniqlashdan, bularning to'la-to'kisligi, aniq-ravshanligi, buxgalteriya hisobi yoki boshqa moliyaviy hisob yuritishga qo'llanilayotgan talablarga nechog'lik monandligini aniqlashdan iboratdir. Audit tarkibiga yana konsalting, ya'ni mijoz bilan shartnoma tuzib, xizmatlar ko'rsatish ham kiradi.

Auditorlik faoliyati xo'jalik yurituvchi subyektlarning faoliyati ustidan maxsus vakolat olgan davlat idoralarining nazorati o'rini bosmaydi. Auditning asosiy «harakatlanuvchi shaxsi» auditor va auditorlik firmasidir. Auditor belgilangan tartibda auditorlik faoliyati bilan

shug'ullanish huquqini olgan hamda auditorlik kasbi ro'yxatiga kiritilgan mutaxassisdir. Auditorlik firmasi – yuridik va jismoniy shaxs tomonidan tuzilib, belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tgach, ustaviga ko'ra auditorlik xizmati ko'rsatish bilan shug'ullanadigan tashkilot. Auditorlik firmalari kichik korxonalar, mas'uliyati cheklangan jamiyatlar va boshqa korxonalarining tashkiliy-huquqiy shakllarida ochilishi mumkin, ochiq turdagi aktsiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno.

Quyidagilarga auditorlik tekshiruvini o'tkazish taqiqlanadi:

- tekshirilayotgan xo'jalik yurituvchi subyektning rahbarlari va boshqa mansabdor shaxslari bilan yaqin qarindosh bo'lgan shaxsga;
 - tekshirilayotgan xo'jalik yurituvchi subyektda shaxsiy-mulkiy manfaatlari bo'lgan shaxsga;
 - xo'jalik yurituvchi subyektning rahbarlariga, muassasalariga yoki mulkdorlariga;
 - tekshirilayotgan xo'jalik yurituvchi subyekt yoki uning filiallari xodimiga;
 - davlat hokimiyati va boshqaruvi idoralarining mansabdor shaxslariga;
 - kreditorlar, investorlar va boshqa manfaatdor shaxslarga.
- Auditorlar va auditorlik firmalari davlat ro'yxatidan o'tib, litsenziya olganlaridan keyin faoliyat boshlaydi. Auditorlar va auditorlik firmalari qonunda belgilab qo'yilgan tartibda O'zbekiston Respublikasining Adliya Vazirligida davlat ro'yxatidan o'tadi. Auditorlik faoliyati bilan shug'ullanish huquqi uchun litsenziya davlat ro'yxatidan o'tgandan keyin beriladi. Ularni berish tartibini O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi belgilaydi.

6.5. «Axborot», «boshqaruv axboroti» tushunchasi, tashkilotning axborot salohiyati

Biznes faoliyatini yetarli va aniq axborotlarsiz amalga oshirish mumkin emas. Bu axborotlar biznes uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar, xabarlar majmuasidan iborat bo'ladi. Axborot ishlab chiqaruvchilar, tovarni sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi aloqa shaklidir. Ishbilarmonlar asosan turli xil axborotlar statistik, moliyaviy, operativ, tashkiliy axborotlar, farmoyish tarzidagi axborot, buxgalterlik, marketing axboroti,

ta'minot bo'yicha, xodim-lar bo'yicha, ma'lumotga oid axborot va boshqa axborotlar bilan ishlaydilar.

1. Axborot bu – turli usullarda (og'zaki, yozma, texnik vositalar yordamida) uzatish yo'li bilan takror ishlab chiqarish mumkin bo'lgan, ma'lum bir tilda ifodalangan (belgilar, simvollar, jumladan, moddiy vositaga yozilgan) obyektlar, hodisalar, jarayonlar, atrof-muhitdagi voqealar haqida har qanday xabarlardir.

Boshqaruv axboroti bu - vaziyatni baholash va boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish uchun foydalaniladigan, boshqariluvchi tizimning (boshqaruv obektining) ichki va tashqi holati to'g'risidagi ma'lumotlar yig'indisi.

2. Hozirgi paytda axborot xuddi an'anaviy resurslar (yer, mehnat, energiya va b.) kabi, olish, qayta ishlash, tarqatish, foydalanish mumkin bo'lgan resurs sifatida ko'rib chiqilmoqda.

Axborot resursini (salohiyatini) jamiyadagi ishlab chiqarish va boshqaruvda olinadigan ma'lumotlar sifatida tavsiflash mumkin. Boshqaruv tizimida axborot salohiyatidan tezkor foydalanish ishlab chiqarish hajmi va samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Axborotlar ummonida yangi bilimni izlab topish bu igna bilan quduq qazigan bilan barobar. Bu masalaning murakkabligini tashkilotdagi (butun jamiyatdagi kabi) ijtimoiy va iqtisodiy jarayonlar tezkor va vakolatli boshqaruv qarorlari qabul qilishni tobora ko'proq talab qilinishini yanayam oshiradi. Bunday qaror qabul qilish uchun ulkan hajmdagi axborotlarni qayta ishlash zarur.

Boshqaruvda foydalaniladigan axborotlar xilma-xil bo'lib, ularni turli belgilar bo'yicha tasniflash mumkin:

- aks ettiriladigan munosabatlar turi bo'yicha – iqtisodiy, ijtimoiy, texnik-texnologik, siyosiy;
- aks ettiriladigan obyekt miqyosi bo'yicha – umumdavlat, mintaqaviy, mahalliy;
- xalq xo'jaligi tarmoqlari bo'yicha;
- strukturalanishi bo'yicha – sistemalashtirilgan (ko'rsatkichlar, aniq yo'naltirilganlik bo'yicha va h.k.) va sistemalashtirilmagan;
- muayyan tizimga (tashkilotga) va boshqaruv organiga munosabati bo'yicha – tashqi, ichki, tashkiliy-idora qilish, hisobot va b.;
- axborot vositasining xarakteri bo'yicha – hujjat shaklidagi va verbal.

Axborot to'plash, harakatlantirish, foydalanishda saqlash, qiymat, o'lcham, kommunikativlik, shakllar rang-barangligi kabi ma'lum bir xususiyatlarga ega bo'ladi. Axborotning bu xususiyatlari boshqaruvning axborot ta'minoti tavsifnomasini tushunishda muhim rol o'ynaydi. Bunday tavsifnomalar qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin: axborotning to'liqligi va qimmatliligi, ishonchiligi, taqdim etish shakli, hajmi, o'z vaqtidaligi, strukturasi. Bu sifatlar birgalikda tashkilot boshqaruvining axborot salohiyatini aks ettiradi.

6.6. Tashkilotning axborot tizimi, axborot bilan ishlash texnik vositalari

1. Boshqaruv faoliyatining barcha turlari axborot almashinishga asoslangan.

Zamonaviy tashkilotni boshqarish uchun yuqori samarali axborot texnologiyalarini qo'llash xarakterli. Axborot texnologiyalari (tizimlari) bu – axborot yaratish, to'plash, uzatish, saqlash va qayta ishlash uchun hisoblash texnikasi va aloqa tizimlaridan foydalanishdir.

Axborot tizimlari bashorat-tahlil hisob-kitob modellari va matematik statistika tahlil usullaridan foydalanish bilan birgalikda axborotni qayta ishlashning texnik vositalaridan foydalanish yo'li bilan ishlab chiqarish jarayoni, axborot va tashkilotning umumiylik tamoyilini amalga oshiradi. Ishbilarmonlar olamida hozirgi paytda elektron pochta, yangi telefon apparaturasi, telekommunikatsiya vositalari va axborot-kompyuter tarmoqlari keng qo'llanmoqda.

2. Axborotni to'plash, qayta ishlash, uzatish, olish va saqlash idora texnikalari yordamida amalga oshiriladi. Keng ma'noda idora texnikalari qatoriga oddiy qalamdan tortib shaxsiy kompyuter va hisoblash tizimlarigacha istalgan qurilma va moslamalarni kiritish mumkin.

«Qog'oz informatikasi»ga yo'naltirilgan, an'anaviy idora texnikalarining dolzarbligi yuqoriligicha qolayotgani sababli hujjat shaklidagi axborotlar bilan ishlashning texnik vositalariga misol keltirib o'tamiz.

Hujjat shaklidagi axborotlar tuzish va tayyorlash shaxsiy kompyuter va printerlar yordamida amalga oshiriladi. Diktofon va diktofon-kompyuter texnologiyalari ham munosib qo'llanmoqda.

Hujjatlarni tashish aravachalar, konveyerlar, lift va pnevmopochta yordamida amalga oshirilishi mumkin.

Hujjatlarni qayta ishlash vositalari ko'plab qurilmalarni qamrab oladi. Bu adreslovchi va markalovchi mashinalar, varaq terish va falsovkalash qurilmalari, qog'oz kesish, broshyuralash va muqovalash uskunalari, laminator va hokazolardir.

Hujjatlarni ko'paytirish va nusxa olish maqsadlari uchun maxsus texnik vositalar: kserokslar, fotonusxa ko'chirish vositalari, elektronografik nusxa ko'chirish, raqamli nusxa ko'chirish texnologiyalari foydalaniladi. Sifatli poligrafiya mahsulotini tezda olishni ofset bosmasi, rizoografiya va boshqa vositalar ta'minlaydi.

Hujjatlarni saqlash vositalari qatoriga konvertlar, stellaj, shkaf-registrator, tortma va bloklar, seyflar va boshqalar kiradi.

Axborot (boshqaruv apparatining ishini takomillashtirish, mahsulot sifatini oshirish bo'yicha takliflar) *to'plash* anketa so'rovlari, pochta qutulari, telefon aloqasi, og'zaki so'rovlar, majlislar va hokazolar yordamida amalga oshiriladi.

Zamonaviy menejment yangi axborot texnikasi – barcha shakl va ko'rinishlarda qog'oz va elektron shakldagi axborot bilan ishlash uchun foydalaniladigan vositalarga asoslanadi.

6.7. Kommunikatsiyaning mohiyati va elementlari, kommunikatsiya bosqichlari

1. *Kommunikatsiya* deganda ikki va undan ortiq kishilar o'rtasida axborot almashinish tushuniladi. Shu sababli kommunikatsiyalar bog'lovchi jarayonlar deb ataladi. Kommunikatsiyalar umumiy oqimi ichidan boshqaruv jarayoni uchun foydali axborotni tezlik bilan tanlay oladigan boshqaruvchi samarali menejer hisoblanadi.

Kommunikatsiyalarning to'rtta asosiy elementi ajratib ko'rsatiladi:

- 1). Axborot jo'natuvchi;
- 2). Xabar – axborot mazmuni;
- 3). Axborot uzatish kanali;
- 4). Axborot oluvchi – adresat.

Axborotni jo'natuvchidan oluvchiga uzatish jarayonida xabar buzib ko'rsatilishi yoki yo'qotilishi mumkin.

2. Kommunikatsiya jarayonida *axborot almashinish* bir nechta bosqichlarda amalga oshiriladi:

- xabar g'oyasini shakllantirish;

- xabarni kodlash va kanal tanlash;
- xabarni uzatish;
- xabarni qayta kodlash.

Qayta kodlash jarayonida jo'natuvchining simvollarini axborot oluvchi uchun tushunarli holga keltiriladi. Xabar olinganligini tasdiqlash uchun axborot oluvchi qaytuvchan aloqa tartibida jo'natuvchiga mos keluvchi xabar yuboradi. Qaytuvchan aloqa boshlang'ich xabar qanchalik to'g'ri qabul qilingani va tushunilganini bilishga imkon beradi.

3. Kommunikatsiyalar ikkita katta guruhga taqsimlanadi (6.2-chizma):

- tashkilot va tashqi muhit o'rtasidagi axborot;
- tashkilotdagi ichki axborotlar.

Tashkilot ichki
axborotlari

Tashkilot

Tashqi muhiti
axborotlari

6.2-chizma. Kommunikatsiya turkumlanishi

Birinchi guruh tarkibiga ommaviy axborot vositalari, iste'molchi, davlat tartibga solish va sifatni nazorat qilish organlari, soliq xizmati, ta'minotchilar, siyosiy partiyalar va hokazolar kiradi. Kishilar o'rtasida muloqot va muhokama shaklida tashkilotdagi qator ichki kommunikatsiyalar tashqi kommunikatsiyalar natijasi hisoblanadi.

Ikkinchi guruhga bo'linmalar o'rtasida vertikal bo'yicha va gorizontaal bo'yicha kommunikatsiyalar; ishlab chiqarish va boshqaruv darajasi bo'yicha bo'linmalardagi ichki kommunikatsiyalar; shaxslararo formal va noformal muloqotlar kiradi.

Rahbar qo‘lostidagi xodim va rahbar qo‘l-ostidagi xodimlar kommunikatsiyalarini alohida ajratib ko‘rsatish zarur.

Qo‘l ostidagi xodimlar o‘rtasida o‘z qarorini amalga oshirar ekan, rahbar bunda ularning ro‘y beradigan reaksiyalarini boshqara olishi lozim. Ular yoki uning qarorini qo‘llab-quvvatlashi, yoki qarama-qarshiliklarda namoyon bo‘lishi mumkin. Hisoblanadiki, rahbarning qarorini to‘liq qo‘llab-quvvatlash bu – tashkilot yoki bo‘linmada ahvolning u qadar yaxshi emasligidan darak beradi.

6.8. Kommunikatsiya turlari va uzatilayotgan axborot oldidagi to‘siqlar

1. Menejment funksiyasi sifatida tashkilot boshqaruv faoliyatining tarkibiy qismi bo‘lib, uning mohiyati qo‘l ostidagi xodimlar va bo‘linmalar harakatlarini muvofiqlashtirish, boshqaruvchi va boshqarilayotgan tizim o‘rtasida o‘zaro muvofiqlikka erishishdan iborat. Tashkiliy funksiyani bajarish jarayonida axborotning ishlab chiqarish va boshqaruv darajalari bo‘yicha harakatlanishi buzib ko‘rsatishga (to‘siq) duch kelib, ular qasddan qilinmagan yoki atayin qilingan bo‘lishi mumkin.

Qasddan qilinmagan buzib ko‘rsatishlar boshqaruv strukturasiyining yaxshi o‘ylab chiqilmaganligi, axborot bilan ortiqcha yuklanganlik, shaxslararo muloqotlardagi qiyinchiliklar, xatolar va hokazolar bilan izohlanadi.

Atayin qilingan buzib ko‘rsatishlar odatda axborotni filtrlash – faqat yaxshi yangilik va ma‘lumotlarni xabar qilish, jazodan qo‘rqish bilan bog‘liq.

Kommunikatsiyalar jarayoniga shuningdek, ayrim bo‘linmalar o‘rtasidagi yomon munosabatlar, ayrim xodimlar va rahbarlar o‘rtasida mojaroli vaziyatlar ham salbiy ta‘sir ko‘rsatishi mumkin.

2. Shaxslararo kommunikatsiyalar rahbarning ko‘p vaqtini oladi. Gap suhbat qurish yo‘li bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri shaxslararo axborot almashinish haqida ketmoqda.

Shaxslararo kommunikatsiyalar samaradorligi yo‘lida axborotni qabul qilishda buzib ko‘rsatishlar, semantik to‘siqlar, sifatsiz qaytuvchan aloqa kabi to‘siqlar vujudga keladi.

Odamlar bilimi, tajribasi, e‘tiqodi, ruhiy holati har xilligi tufayli bir xil axborotni turlicha o‘zlashtiradilar. Bu axborot tanlab qabul qilishning

sababi hisoblanadi. Kommunikativ jarayonga ochiqlik darajasi, qo‘l ostidagi xodimga ishonch darajasi, xolis emaslik, adolatsizlik ta’sir ko‘rsatadi.

Shaxslararo kommunikatsiyalarda to’siq sifatida ko‘pincha semantik noaniqliklar – so‘zlarni (belgilarni) bir manoda tushunmaslik, shuningdek, noverbal axborot (nutq ohangi, mimika, imo-ishoralalar, poza) namoyon bo‘ladi.

Kommunikatsiyalarning samarasiz bo‘lishiga yo‘l qo‘ymaslik uchun axborot almashinishga kirishuvchi shaxslar quyidagi tavsiyalarga rioya qilishlari lozim:

- uzatish uchun mo‘ljallangan axborot mazmunini o‘ylab chiqish;
- tanlab olingan so‘z, foydalanilayotgan intonatsiya, poza va imo-ishoralarning aniqligiga e’tibor qaratish;
- hamsuhbat, xabar oluvchining hissiyotlariga yoki ijro uchun ko‘rsatmalarga e’tiborli bo‘lish;
- qaytuvchan aloqa o‘rnatishg harakat qilish.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Kommunikatsiya, Semantika, Kredit, Infratuzilma, Emissiya, Axborot texnologiyalari, Audit, Litsenziya, Institutsional infratuzilma, Bozor infratuzilmasi, Bank muassasasi.

Mavzu bo‘yicha savollar:

1. Bankning passiv va aktiv operatsiyalarining mohiyatini aytib bering?
2. Banklar bilan tadbirkorlar o‘rtasidagi valuta operatsiyalari qanday bajariladi?
3. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda axborotlar tizimidan qanday foydalanadilar?
4. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini soliqqa tortish, ulardan olinadigan soliq turlari va soliq imtiyozlarini *klaster usulida* chizib bering.
5. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida audit va auditorlik taftishini kim tomonidan o‘tkaziladi?

6. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida axborot turlari va ularni avzalliklarini *T-Toifali jadval usulida* yoritib bering.

7. Shaxslararo kommunikatsiyalarda to'siq deganda nimalar tushuniladi?

8. Kommunikatsiyalarning samarasiz bo'lishiga yo'l qo'ymaslik uchun qanday tavsiyalarga rioya qilmoq lozim?

9. Qay rusumda va qanaqa vaziyatlar negizida axborotning buzib ko'rsatilishiga duch kelishimiz mumkin?

10. Kommunikatsiyalar nechta asosiy elementlardan tashkil topgan va ular nimalardan iborat?

11. Axborotni to'plash, qayta ishlash, uzatish, olish va saqlash vositalariga nimalar kiradi?

12. Axborot tizimlari vazifasi bo'yicha ma'lumot bering.

13. Boshqaruvda foydalaniladigan axborotlar xilma-xil bo'lganligi tufayli, ular nimalar orqali tasniflanishi mumkin?

14. Axborot texnologiyalari (tizimlari) bu ... – jumlani davom ettiring.

15. «*Infratuzilma*» so'zi ma'nosi va iqtisodiy nuqtayi nazardan infratuzilma mohiyati qanday izohlanadi?

16. Kredit bilan ta'minlash deganda nima nazarda tutiladi?

17. Auditning asosiy maqsadini so'zlab bering.

18. Qanday vaziyatda auditorga auditorlik tekshiruvini o'tkazish taqiqlanadi?

19. Kreditning qanday asosiy shakllari mavjud?

20. Kredit vazifasi nimada?

7. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA ISHLAB CHIQUARISH XARAJATLARI VA MAHSULOT TANNARXI TAHLILI

- 7.1. Xarajatlar to'g'risida umumiy tushunchalar.
- 7.2. Ishlab chiqarish xarajatlari tarkibi.
- 7.3. Doimiy va o'zgaruvchan xarajat turlari.
- 7.4. Xarajatlarning o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillar.
- 7.5. Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishning asosiy yo'nalishlari.
- 7.6. Mahsulot tannarxiga kiritiladigan va kirmaydigan xarajatlar.
- 7.7. Mahsulot tannarxini hisoblash usuli va uni pasaytirish yo'llari.

7.1. Xarajatlar to'g'risida umumiy tushunchalar

Milliy iqtisodiyotdagi ishlab chiqarish birliklari (korxonalar, firma) o'z faoliyati natijalaridan ko'proq daromad olishga harakat qiladi. Har qanday korxonalar nafaqat o'zining tovarini ancha yuqori baholarda sotishga, balki mahsulot ishlab chiqarish va uni sotishga qilinadigan sarf-xarajatlarni kamaytirishga ham intiladi.

Inson hayot kechirishi uchun moddiy ne'matlar va xizmatlar taqozo qilinadi. Moddiy ne'matlar yaratish o'z navbatida xarajat qilishni taqozo etadi. Har bir korxonalar, firma, (xo'jalik subyektlari) tovar ishlab chiqarish uchun ma'lum iqtisodiy resurslar xarajatini talab etadi. Iqtisodiy xarajatlar tushunchasini eng avvalo resurslar cheklanganligini hamda ularni muqobil (alternativ) ishlatish imkoni bilan bog'liq. Masalan, yer resurs sifatida cheklangan. Undan turli maqsadda foydalanish mumkin. Uy qurish, korxonalar qurish, turli ekinlar ekish va h.k. Har bir xo'jalik subyekti u yoki bu resursni sotib olib ishlatar ekan, demak bu resursni boshqalar ishlata olmaydi. Resurslarni sotib olgach uni samarali ishlatish uchun harakat qiladilar. Xarajatlar korxonalar, firma faoliyatiga baho berishda, yetakchi ko'rsatkich hisoblanadi.

Tovarlarni sotish baholari asosan korxonalar faoliyatiga bog'liq bo'lmagan tashqi sharoitlar bilan belgilansa, ishlab chiqarish sarf-xarajatlari korxonaning ishlab chiqarish va tayyor tovarlarni sotish jarayonlarini tashkil qilish samaradorligi darajasiga bog'liq. Lekin har

qanday tovarni ishlab chiqarish va sotish uchun ma'lum sarf-xarajatlar talab etiladi.

Korxonalar faoliyat yuritish jarayonida moddiy va pul xarajatlarini sarflaydilar. Korxonaning umumiy xarajatlari ichida ishlab chiqarish xarajatlari eng katta salmoqqa ega. Ishlab chiqarish xarajatlari majmuasi korxonaga mahsulot ishlab chiqarish qanchaga tushishini ko'rsatadi, ya'ni mahsulotning ishlab chiqarish tannarxini tashkil qiladi.

Korxonalar, shuningdek, mahsulotni sotish bo'yicha xarajatlarni, ya'ni ishlab chiqarishdan tashqari yoki tijorat (tashish, qadoqlash, saqlash, reklama qilish va hokazo) xarajatlarini ham amalga oshiradilar.

Mahsulot (ish, xizmat) tannarxini tashkil qiluvchi xarajatlar iqtisodiy mazmuniga ko'ra, quyidagi elementlarga asosan guruhlariga taqsimlanadi:

- ❖ moddiy xarajatlar;
- ❖ asosiy fondlar amortizatsiyasi;
- ❖ mehnatga haq to'lash bilan bog'liq bo'lgan xarajatlar;
- ❖ ijtimoiy ehtiyojlarga mo'ljallangan xarajatlar;
- ❖ boshqa xarajatlar.

Moddiy xarajatlar ishlab chiqarish xarajatlarining eng katta qismi bo'lib, umumiy xarajatlarning 60- 80 foizini tashkil qilishi mumkin. Moddiy xarajatlar o'z ichiga quyidagilarni qamrab oladi:

- ❖ xomashyo va materiallar xarajatlari;
- ❖ texnologik maqsadlar va xo'jalik ehtiyojlari uchun sarflanuvchi yoqilg'i va energiya;
- ❖ xarid qilinuvchi butlovchi qismlar va yarim tayyor mahsulotlar;
- ❖ sotib olingan qadoqlash va o'rov materiallari xarajatlari;
- ❖ mashina va asbob-uskunalarni ta'mirlash uchun ehtiyot qismlar;
- ❖ boshqa korxonalar va tashkilotlar tomonidan ko'rsatiladigan ishlab chiqarish xizmatlari;
- ❖ xizmat davri bir yilgacha bo'lgan kichik qiymatli va tez eskiruvchi predmetlarning eskirishi
- ❖ yoki har bir instrument, inventar, laboratoriya uskunolari va maxsus kiyim-bosh uchun eng kam oylik
- ❖ ish haqining 50 baravar miqdorigacha qiymati;
- ❖ tabiiy xomashyodan foydalanish bilan bog'liq soliq, yig'im va boshqa to'lovlar;
- ❖ ishlab chiqarishda bekor turib qolish va sifatsizlik (brak) tufayli yuzaga keladigan yo'qotishlar;

❖ tabiiy yo'qotishlar bilan bog'liq bo'lgan yoki aybdor shaxslar mavjud bo'lmagan holda yuzaga

❖ keladigan yo'qotishlar

Qisqacha qilib aytganda **firmaning xarajati - bu tovar va xizmatlar yaratish va ularni sotish bilan bog'liq bo'lgan sarflardir**. Firmaning xarajatlari safiga biz firmaning ishlab chiqarish xarajatlarini kiritishimiz mumkin.

7.2. Ishlab chiqarish xarajatlari tarkibi

Oldingi paragrafdagi tushunchadan kelib chiqsak, ishlab chiqarish xarajatlari deganda tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish va iste'molchilarga yetkazib berishga qilinadigan barcha sarflar tushuniladi. Ishlab chiqarish sarf-xarajatlari tarkibiga xomashyo, asosiy va yordamchi materiallar, yonilg'ı va energiya uchun qilingan xarajatlar, asosiy kapital amortizatsiyasi, ish haqi va ijtimoiy sug'urtaga ajratmalari, foiz to'lovlari va boshqa xarajatlar kiradi. Ishlab chiqarishga qilingan barcha sarf-xarajatlarning puldagi ifodasi mahsulot tannarxini tashkil qiladi. Ishlab chiqarish xarajatlarini ikkiga bo'lib o'rganish mumkin (7.1-chizma):

- **bevosita ishlab chiqarish xarajatlari**

- **muomala xarajatlari**

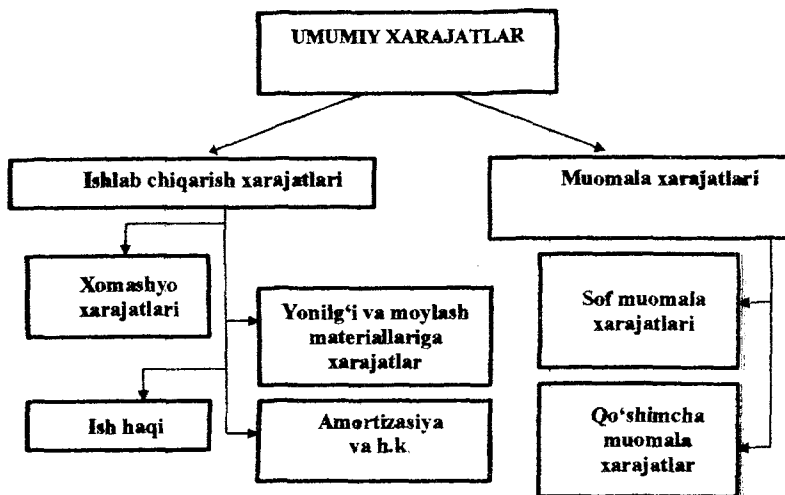
Tovar birligining qiymatida ishlab chiqarish xarajatlari faqat uning bir qismini tashkil qiladi. Ishlab chiqarish xarajatlari tovar qiymatidan foyda miqdoriga kam bo'ladi. Muomala xarajatlari tushunchasi tovarlarni sotish jarayoni bilan bog'liq bo'lib, shu tovarlarni ishlab chiqaruvchidan olib, iste'molchiga yetkazilguncha ketadigan sarflarga aytiladi.

Ular ikki guruhga bo'linadi:

- **qo'shimcha muomala xarajatlari**

- **sof muomala xarajatlari.**

Tovarlarini o'rash, qadoqlash, saralash, transportga ortish, tashish va saqlash xarajatlari qo'shimcha muomala xarajatlari hisoblanadi. Muomala xarajatlarining bu turlari ishlab chiqarish xarajatlarining davomi hisoblanib, tovar qiymatiga kiradi va uning qiymatini oshiradi. Xarajatlar tovarlar sotilgandan keyin olingan pul tushumi summasidan qoplanadi.



7.1-chizma. Xarajatlarning namoyon bo'lish sohasiga ko'ra turkumlanishi

Sof muomala xarajatlari sotuvchi maoshi, marketing (iste'molchilar talabini o'rganish), reklama va shu kabi xarajatlardan iborat bo'ladi. Sof muomala xarajatlari tovar qiymatini oshirmaydi va ishlab chiqarish jarayonida yaratilgan tovarni sotgandan keyin olingan foyda hisobidan qoplanadi.

Ishlab chiqarish xarajatlarining ikkinchi yo'nalishdagi konsepsiyalari marjinalistlar va neoklassiklar tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, ular bu boradagi klassik nazariyalarni ham ma'lum darajada hisobga oladilar. Biroq, bu konsepsiyalarning o'ziga xos tomoni shundaki, ular ishlab chiqarish xarajatlarini tushuntirishda resurslarning cheklanganligi va ulardan muqobil foydalanish imkoniyatlaridan kelib chiqadilar.

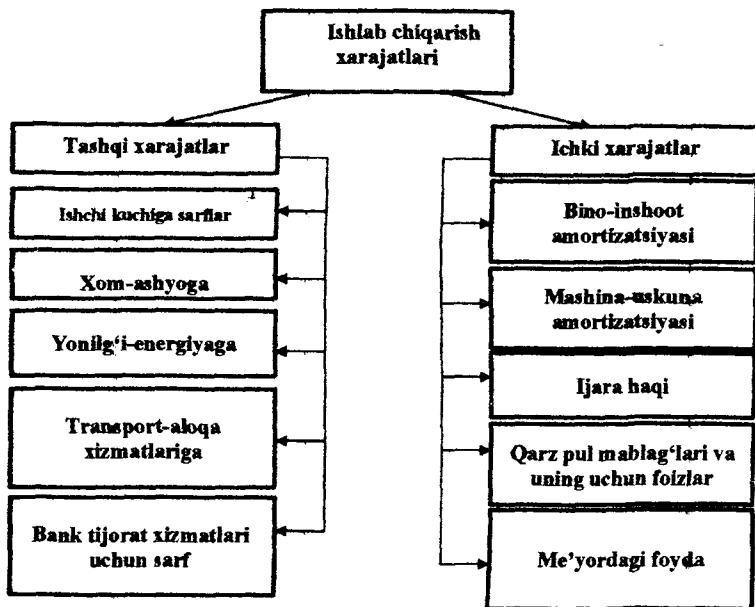
Ma'lumki, muayyan bir resursni ishlab chiqarishning biron-bir yo'nalishi bo'yicha sarflanishi endilikda bu resursdan boshqa yo'nalishlarda foydalanish imkoniyatini cheklab qo'yadi. Shunga ko'ra, tadbirkor (yoki resurs egasi) mazkur resursni eng yuqori darajada naf keltiruvchi yo'nalishga sarflashga harakat qiladi.

Iqtisodiy resurslarni eng yuqori naf olish maqsadida boshqa muqobil yoʻnalishlarda ishlatilishiga yoʻl qoʻymay oʻziga jalb etish uchun toʻlov iqtisodiy yoki zimmasiga tushuvchi xarajat deb ataladi.

Iqtisodiy xarajatlar mikrodarajadagi iqtisodiy koʻrsatkichlardan biri boʻlib, korxonalar (firma) miqyosida muayyan turdagi mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat koʻrsatishning samaradorlik darajasini ifodalashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Marjinalistik sarf-xarajatlar nazariyasi boʻyicha korxonalar ishlab chiqarish jarayonida foydalaniladigan resurslar oʻz resurslari yoki jalb qilingan resurslar boʻlishi mumkin. Shunga koʻra xarajatlar:

- **ichki**
 - **tashqi**
- xarajatlarga boʻlinadi (7.2-chizma).



7.2-chizma. Xarajatlarning jalb etilish manbaiga koʻra turkumlanishi

Tashqi xarajatlar korxonaga uchun zarur resurs va xizmatlarni tashqaridan to'lov asosida jalb etishi natijasida vujudga keladigan xarajatlardir. Bunday xarajatlarga yollanma ishchilar ish haqi, xomashyo va materiallar uchun to'lovlar, kredit uchun foiz to'lovlari, ijaraga olingan yer uchun renta, transport xizmati va boshqa har xil xizmatlar uchun to'lovlar kiradi. Tashqi xarajatlar to'lov hujjatlari bilan chizmaylashtiriladi, shu sababli buxgalteriya xarajatlari deb ham ataladi.

Korxonaning o'ziga tegishli bo'lgan resurslardan foydalanishi bilan bog'liq xarajatlar ichki xarajatlar deyiladi.

Bunday xarajatlar pul to'lovlari shaklida chiqmaydi. Shu sababli ichki xarajatlar darajasini baholash o'z resurslari qiymatini shunga o'xshash resurslarning bozordagi narxlariga taqqoslash orqali amalga oshiriladi.

Xarajatlarni doimiy ravishda pasaytirib borish korxonaga foydasini oshirishning asosiy vositasi bo'lib xizmat qiladi. Zero mahsulot bahosi tarkibining asosiy elementlari bu xarajat va foydadir. Binobarin, xarajatlar qanchalik qisqarib borsa shunga mos foyda miqdori oshib boradi.

Shu bilan birga tadbirkorlik faoliyatini ishlab turish uchun zarur bo'lgan to'lov – normal (me'yordagi) foyda ham renta va ish haqi bilan birga xarajatlarning tarkibiy qismi hisoblanadi.

7.3. Doimiy va o'zgaruvchan xarajat turlari

Mutaxassislar xarajatlarga turli nuqtayi nazardan turlicha qaraydilar. Buxgalterlar firmalarni faoliyatiga aktiv va passiv nuqtayi nazardan baho berib firmaning faoliyatini baholaydi. Iqtisodchi va rahbarlar esa firmalarning kelajagi bilan qiziqqan holda xarajatlarga ishlab chiqarishni samaradorligini uzluksiz olib borish nuqtayi nazaridan qaraydi xarajatlar turlicha bo'ladi. Haqiqiy xarajatlar, mahsulot ishlab chiqarish qilingan barcha xarajatlar kiradi. Masalan: ish haqi, amortizatsiya xarajatlari va boshqalar.

Har bir korxonaga, firma, tadbirkor shaxs o'z ishlab chiqarish faoliyatini tashkil etishda bir qancha masalalarni hal qilishga to'g'ri keladi. Jumladan, qancha xomashyo sotib olish kerak, qancha ishchi yollash lozim, qancha ishlab chiqarish vositalari lozim va h.k. Mana shunga o'xshash masalalarni 3 guruhga taqsim etish mumkin.

1. Mavjud ishlab chiqarish quvvatlari asosida qanday qilib ishlab chiqarishni tashkil etish mumkin?

2. Fan-texnika taraqqiyotining erishilgan yutuqlariga ko'ra qanday yangi quvvatlarni jalb etish mumkin?

3. Texnika taraqqiyotiga burilish bo'ladigan yangiliklarga qanday tartibda moslashish mumkin?

Endi qisqa muddatli davrdagi firma faoliyati xarakteri to'g'risida fikr yuritamiz. Eng avvalo xarajatlar to'g'risida quyidagi tushunchalarni bilishimiz kerak:

1. **Umumiy xarajatlar (TC)** – bu firmaning ma'lum turdagi mahsulotini ishlab chiqarish uchun qilingan jami xarajatidan iborat. Umumiy xarajatlar ikki qismdan iborat (7.3-chizma):

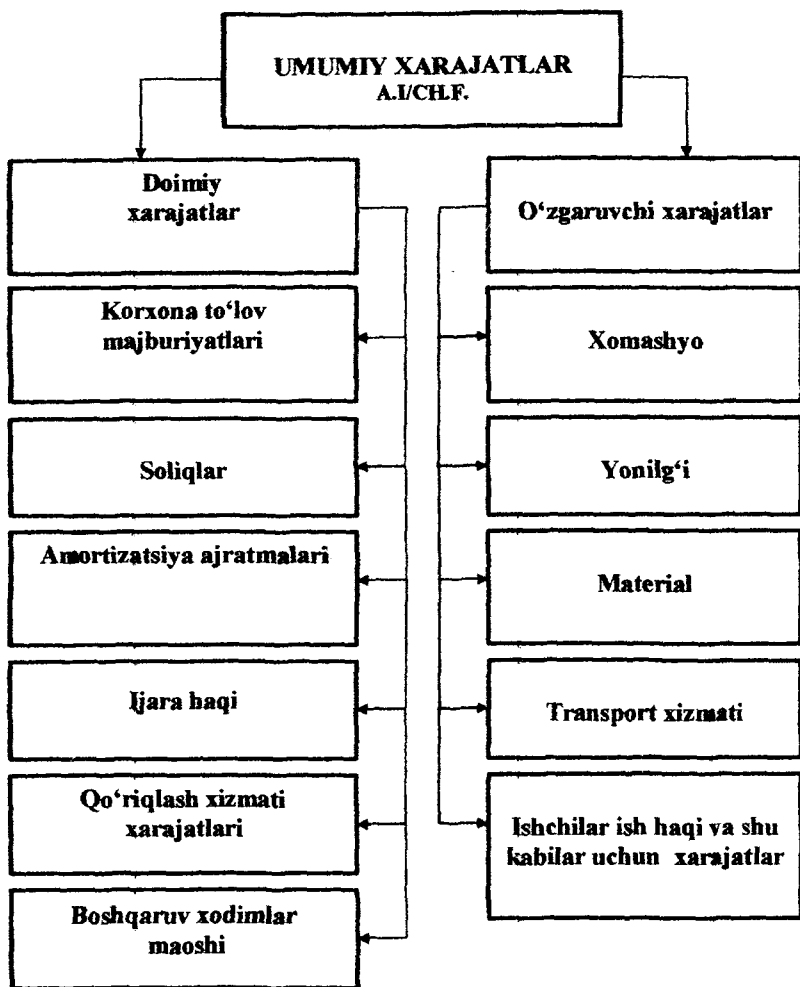
- **umumiy doimiy xarajat (TFC)**

- **umumiy o'zgaruvchan xarajatlar (TUC)**

Ishlab chiqarish xajmining o'zgarishiga (qisqarish yoki ortishi) bog'liq bo'lmagan tovarlarning xajmiga ta'sir etmaydigan xarajatlar **doimiy xarajatlar** deyiladi.

Doimiy xarajatlar ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmaydi, uning o'sishiga ham bevosita ta'sir etmaydi va ishlab chiqarishning har qanday, hatto nolinch hajmida ham mavjud bo'ladi. Bunga korxonaning to'lov majburiyatlari (zayomlar bo'yicha foiz va boshqa), soliqlar, amortizatsiya ajratmalari, ijara haqi, qo'riqlash xizmatiga to'lov, uskunalariga xizmat ko'rsatish sarflari, boshqaruv xodimlari maoshi va shu kabilar kiradi.

Doimiy xarajat – bular shunday xarajatlarki, ularning miqdori ishlab chiqarishning oz yoki ko'p bo'lishiga qarab o'zgarmaydi, balki qanday bo'lsa, shundayligicha qolaveradi. Masalan: tikuvchilik firmasi binoni 1mln so'mga ijaraga oldi. Bankdan 5mln so'm qarz ko'tarib yiliga 1,0mln so'm foiz to'laydi, hisobchini ishga olib oyiga 75 ming so'm, yiliga esa 900 ming so'm ish haqi to'laydi. Bu xarajatlar jami 2,9mln so'mni ($1.0+1.0+0.9=2.9$) tashkil etadi. Firma 100 ta yoki 500 ta ko'ylak tikmasin, baribir shu 2.9 mln so'm xarajetni qilishi shart. Doimiy xarajatlarga odatda amortizatsiya ajratmasi, doimiy ishga olinganlarning maoshi, ijara haqi, korxonada mulkini sug'urtalash puli, bankga beriladigan foiz kabilar kiradi.



7.3-chizma. Umumiy xarajatning tuzilishiga qarab turkumlanishi

O'zgaruvchi xarajatlar-- ishlab chiqarish hajmining o'zgarishiga ta'sir qiladigan xarajatlarga aytiladi.

7.4. Xarajatlarning o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillar

Xarajatlarning o'zgarishi – xarajatlarning qaysi yo'nalishda o'zgarishini bilish firmaga qancha ishlab chiqarganda qanday foyda ko'rish mumkinligini aniqlashga yordam beradi.

Xarajatlar o'zgarib turadi, bu esa resurslarning bozor narxiga, ularning tejalishiga, harajatlar turlarining nisbatiga va ishlab chiqarish ko'lamiga bog'liqdir. Xarajatlarga ta'sir etuvchi omillar ikki guruhga bo'linadi:

Birinchisi, firmaga bog'liq omillar, bu ishlab chiqarish ko'lamini o'zgartirish, resurslarni tejab ishlatish.

Ikkinchisi, firmaga bog'liq bo'lmagan omillar, bularga resurslar narxi va soliqlar kiradi.

Bir yorqin misol tariqasida firmaning ishlab chiqarish xarajatlariga ta'sir etuvchi omillarni ko'rib chiqamiz

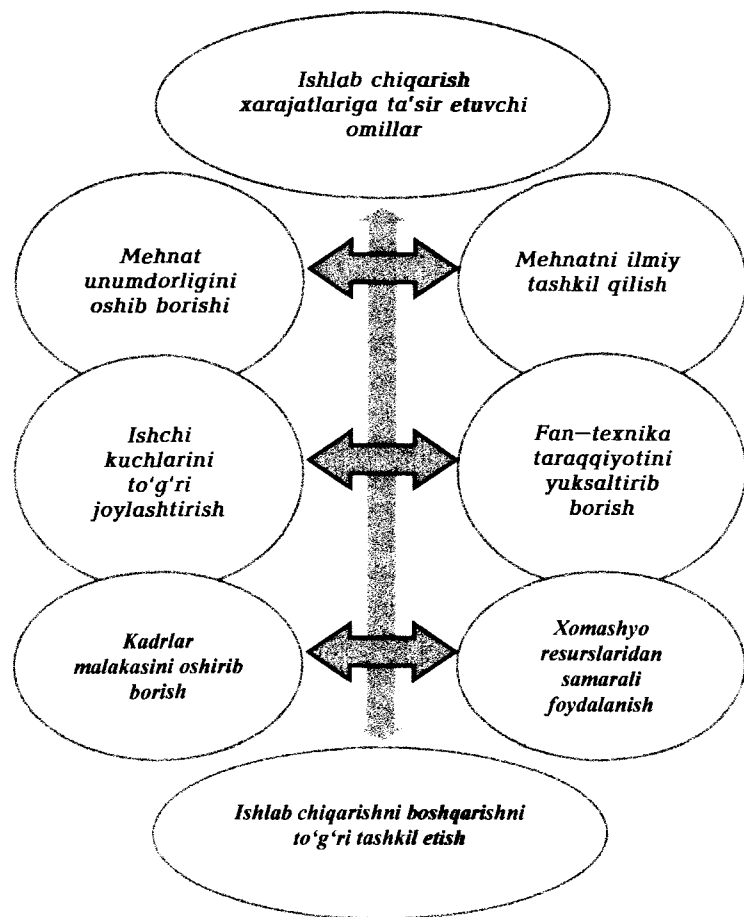
Ishlab chiqarish xarajatlariga ta'sir etuvchi omillar (7.3-chizma).

Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish chuqur tanglikni chetlab o'tishga intilishga, fan va texnikaning ilg'or texnologiyaning eng yangi yutuqlarini izlash va joriy etishga undaydi.

Bularning barchasi pirovard natijada keskin raqobatchilik sharoitida ishlab chiqarishning barqarorligiga erishishga inqirozning oldini olishga yo'naltirilgan. Bu holat kengroq qurilganda, bozorda talab bilan taklif o'rtasida qulay muvozanatning ta'minlanishiga olib keladi. Bizga kapitalistik ishlab chiqarish usulining eng katta nuqsoni illati sifatida targ'ib qilib iqtisodiy munosabatlarni takomillashtirishning qudratli omiliga aylanmoqda.

Shuning uchun ham mustaqillikka erishganimizdan keyin, prezidentimizning oqilona fikrlari, ularning tashabbuslari bilan eng asosiy e'tibor shu sohaga qaratiladi.

Ishlab chiqarish xarajatlariga yuqorida sanab o'tilgan muhim omillar ta'sir etar ekan, bularning barchasini birgalikda amalga oshirish juda qiyin. Masalan: xomashyo zaxiralarining eng arzon kanallarini qidirib topish va samarali ishlatishni ta'minlash, ishchilarni ijtimoiy muhofazalashni kuchaytirish, fan-texnika taraqqiyotini yuksaltirib, uni ishlab chiqarishga tadbiq qilish, umuman bularni baravariga amalga oshirish murakkab jarayondir. Lekin, shu omillarni barchasini birgalikda olib borilishi iqtisodiy samaradorlikka erishishning asosiy sharti hisoblanadi.



7.4-chizma. Ishlab chiqarish xarajatlariga ta'sir etuvchi omillar

7.5. Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishning asosiy yo'nalishlari

Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlarining uzluksiz pasayishi bozor iqtisodiyotida ishlab chiqarish usulining qonuniyatidir. U mehnat unumdorligining to'xtovsiz o'sishi, mehnatkashlar madaniy, texnikaviy

darajasini yuksalishi, moddiy va mehnat resurslaridan ratsional foydalanish, xo'jalik yuritish usullarining takomillashtirishi bilan ta'minlanadi.

Ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish uchun kurashning axamiyati yildan yilga oshib bormoqda, chunki uni pasaytirishning har bir foizning absolyut hajmi o'sib bormoqda. Umuman Respublika bo'yicha sanoat mahsuloti tannarxini faqat 1% ga pasaytirilsa 3 mlrd. so'm miqdorida iqtisod qilinadi.

Ishlab chiqarish xarajatlarining pasaytirishning yo'llarini keltiramiz. Ishlab chiqarish xarajatlarining pasaytirishda ishlab chiqarishning texnikaviy darajasini oshirish katta ta'sir ko'rsatadi. Yangi texnikani joriy qilish va mahsulot tayyorlash texnologiyasini takomillashtirish jarayonlari xarajatlarning kamayishiga kompleks ta'sir ko'rsatadi. Ular moddiy resurslardan yanada samaraliroq foydalanish, buyumlarni tayyorlashga ketadigan mehnat sarfini kamaytirish imkonini beradi.

Amaldagi jihozlarni zamonaviylashtirish hamda qo'llanilayotgan texnikadan foydalanishni hisobga olgan holda ishlab chiqarish xarajatlarini anchagina kamaytirishga erishish mumkin. Yangi texnika va progressiv texnologiya asosida o'tgan va jonli mehnatni tejashga erishiladi. Moddiy resurslarda buyumlashgan o'tgan mehnatni tejash xuddi shu miqdordagi xomashyo va materiallardan ko'proq mahsulot ishlab chiqarish imkonini beradi, jonli mehnat sarfini tejash mahsulot unumdorligini oshirish imkonini beradi, ya'ni har bir ishchiga hisoblaganda ko'proq mahsulot ishlab chiqarishga imkon yaratadi. Bunga fan-texnika taraqqiyoti yordam beradi. Yangi texnika va ilgor texnologiya ishlab chiqarishni boshqarishni takomillashtirish asosida mehnat unumdorligi oshib boradi bu esa ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga olib keladi.

7.6. Mahsulot tannarxiga kiritiladigan va kirmaydigan xarajatlar

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

Mahsulot tannarxini hisoblashdan ko'zda tutilgan asosiy maqsad – uni ishlab chiqarishga sarflangan haqiqiy xarajatlarni tegishli hujjatlarda o'z vaqtida, to'liq va ishonchli aks ettirish hamda moddiy, mehnat va

moliyaviy resurslardan tejamkorlik asosida, oqilona foydalanish ustidan nazorat o'ratishdir.

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

- bevosita moddiy xarajatlari;
- bevosita mehnat xarajatlari;
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan bilvosita ustama xarajatlari.

Bu xarajatlarning ko'pchiligini naturada, ya'ni dona, kg, metr va boshqa ko'rinishlarda hisobga olib borish va rejalashtirish mumkin. Ammo, mahsulot ishlab chiqarishga sarflangan barcha xarajatlarni birgalikda hisobga olish uchun ularni yagona o'lchov birligiga – qiymat-pul ko'rinishiga keltirish talab etiladi.

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

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

Korxonada rejadagi (biznes-rejada belgilangan) va haqiqiy (hisobot bo'yicha haqiqatda erishilgan) tannarx hisoblab borilishi mumkin. Bu rejalashtirilgan ishlab chiqarish xarajatlarini haqiqatda erishilgan daraja bilan solishtirish, ortiqcha moddiy va mehnat resurslari sarflariga yo'l qo'yilgan yoki tejama erishilganini aniqlash va kelgusida tegishli xulosalar chiqarishga imkon beradi.

«Mahsulot tannarxiga kiritilmaydigan xarajatlari» moddasiga yuqorida keltirilgan moddalarda aks etmagan, ammo ishlab chiqarishga taalluqli bo'lgan quyidagi boshqa xarajatlari kiritiladi:

- ishlab chiqarishni xomashyo, materiallar, yonilg'i, energiya, instrument, moslamalar va boshqa mehnat vositalari va buyumlari bilan ta'minlash xarajatlari;

- chetdan jalb etilgan korxonalar tomonidan amalga oshirilgan korxonaning asosiy ishlab chiqarish fondlarini ish holatida saqlash xarajatlari (texnik ko'rik va qarov, o'rtacha, joriy va mukammal tuzatish xarajatlari);

- ishlab chiqarish faoliyatiga tegishli bo'lgan asosiy vositalarni joriy ijaraga olish bilan bog'liq xarajatlar;

- ishlab chiqarish xususiyatlari bilan bog'liq mehnatning normal sharoitlarini va texnika xavfsizligini ta'minlash xarajatlari;

- ishlab chiqarish jarohatlari tufayli mehnat qobiliyati yo'qolishi munosabati bilan tegishli vakolatli organlarning qarorlari asosida va qarorlarisiz to'lanadigan nafaqalar;

- xodimlarni ish joyiga olib borish va olib kelish bilan bog'liq xarajatlar;

- ekinlar, chorva mollari va ishlab chiqarish vositalarini majburiy sug'urtalash xarajatlari;

- yong'inga qarshi, ekinzorlar, asosiy vositalarni qo'riqlash xarajatlari;

- ishchilarga bepul beriladigan maxsus kiyim - bosh (xalat, kurtka, etik, fartuk va boshqa), oziq - ovqat xarajatlari;

- mollarning tagini quruqlashga sepiladigan somon, qirindi va boshqa material xarajatlari;

- fermalar atrofini devor bilan o'rash, chorva mollari uchun yozgi soyabon va otarlar qurish xarajatlari;

- ishlab chiqarish ahamiyatiga ega boshqa xarajatlar.

Har bir korxonaga uchun mahsulot tannarxini pasaytirish imkoniyatlarini izlab topish iqtisodiy samaradorlik nuqtayi nazaridan muhim hisoblanadi. Chunki, mahsulot tannarxi qanchalik arzon bo'lsa, shunchalik korxonaga oladigan foyda miqdori oshib boradi.

7.7. Mahsulot tannarxini hisoblash usuli va uni pasaytirish yo'llari

Mahsulot (ishlab chiqarish) tannarxi bir turdagi mahsulotni bevosita va bilvosita ishlab chiqarish jami xarajatlarini shu mahsulot miqdoriga bo'lish orqali topiladi:

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

Bu yerda:

MT – mahsulot tannarxi, so‘m / dona, so‘m / kg va boshqa;

MX – jami ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari, so‘m;

IX – jami ishlab chiqarish xususiyatidagi mehnatga haq to‘lash xarajatlari, so‘m;

ST – jami ishlab chiqarishga tegishli bo‘lgan ijtimoiy sug‘urta to‘lovlari, so‘m;

A – asosiy vositalar amortizatsiyasi, so‘m;

BIX – boshqa ishlab chiqarish xarajatlari, so‘m;

M – mahsulot miqdori, sentner, dona, kg, tonna, ming tn va hakazo.

Mahsulot tannarxini aniqlashda hisoblash obyektlarini bilish muhimdir. Unga qilingan xarajatlarni alohida hisobga olish mumkin bo‘lmaganligidan, umumiy ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblash obyektlari bo‘yicha to‘g‘ri taqsimlash muximdir.

Mahsulot tannarxiga kiritiladigan ishlab chiqarish xarajatlari xarajat **elementlari** va **moddalari** bo‘yicha guruhlariga ajratiladi. Bunday guruhlash:

- rejalashtirilgan mahsulot ishlab chiqarishning moddiy va mehnat sarflariga ehtiyojni aniqlash;

- xarajatlarni iqtisodiy mazmuniga ko‘ra taqsimlash;

- umumiy ishlab chiqarish xarajatlari miqdorida u yoki bu xarajat elementlarining ulushini aniqlash imkonin beradi.

Masalan, buxgalteriya hisobida mahsulot ishlab chiqarish tannarxini hosil qiluvchi xarajatlar iqtisodiy mazmuni va umumiylik xususiyatlariga ko‘ra quyidagi **elementlarga** ajratiladi:

- ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari;

- ishlab chiqarishga tegishli mehnatga haq to‘lash xarajatlari;

- ishlab chiqarishga tegishli ijtimoiy sug‘urtaga ajratmalar;

- asosiy vositalar va nomoddiy aktivlar amortizatsiyasi;

- ishlab chiqarishga oid boshqa xarajatlar.

Iqtisodiy hisob-kitoblarda mahsulot tannarxini rejalashtirish va hisoblashda xarajatlarni *hisoblash moddalari* bo‘yicha guruhlash qabul qilingan. Sanoat korxonalaridan *mahsulot tannarxini hisoblash moddalari* quyidagilardan tashkil topadi.

Mahsulotning ishlab chiqarish tannarxini hosil qiluvchi xarajat *elementlari* va *hisoblash moddalari* orasida o‘zaro bog‘liqlik mavjud.

Mahsulot tannarxini pasaytirish yo'llari

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

- ishlab chiqarishga yuqori umumli, ishonchli va arzon ishlab chiqarish vositalarini joriy etish;
- asosiy aylanma fondlardan oqilona va samarali foydalanish;
- ishlab chiqarishning material sig'imini kamaytirish va tejamkorlikka erishish;
- mashina va texnikalarning kunlik va yillik ish unumini ko'tarish;
- resurslarni tejoychi va chiqimsiz texnologiyalardan keng foydalanish;
- ishlab chiqarish va mehnatni tashkil etishning ilg'or shakllaridan foydalanish;
- mehnat unumdorligini oshirish;
- mahsulotlar sifatini oshirish va nobudgarchilik, yo'qotishlarga yo'l qo'ymaslik;
- qishloq xo'jaligida ekinlar hosildorligi va chorva mollari mahsuldorligin oshirish va boshqalar.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Firmaning xarajati, Mahsulot tannarxi, Moddiy ne'mat, Muqobil, Muomala xarajatlari, Bevosita ishlab chiqarish xarajatlari, Amortizatsiya, Konsepsiya, Marjinalistik nazariyasi, Korxonada foydasi, Renta, O'zgaruvchi xarajatlar, Doimiy xarajat, Foyda, Fan-texnika taraqqiyoti, Mehnat unumdorli, Texnikaviy daraja, Texnologiya, Resurslaridan foydalanish samaradorligi, Tejamkorlik, Ustama xarajatlar, Solishtirish usuli, Joriy va mukammal tuzatish, Mahsulot (ishlab chiqarish) tannarxi, Xarajatlarning iqtisodiy mazmuni, Ishlab chiqarishning material sig'imi.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. Firmaning xarajatiga qisqacha izoh berib o'ting.
2. Tijorat xarajatlariga qanday xarajatlar kiradi?
3. Mahsulot tannarxi deganda nimani tushunamiz?
4. Sarf-xarajatlari tarkibi bo'yicha ma'lumot bering.
5. Qo'shimcha muomala xarajatlarida nimalarni nazarda tutish mumkin?

6. Xarajatlar nima orqali qoplanadi?
7. Marjinalistik sarf-xarajatlar nazariyasi bo'yicha axborot bering.
8. Korxonada foydasini oshirishning asosiy vositasi nima?
9. O'zgaruvchi xarajatlar dep qanday xarajatlar nazarda tutiladi?
10. Doimiy xarajatlarga kiritiladigan xarajatlar bo'yicha ma'lumot bering.
11. Xarajatlarga ta'sir etuvchi omillar nechta guruhga bo'linadi?
12. Xarajatlarga ta'sir etuvchi har bir guruhdagi omillarini aytib o'ting.
13. Iqtisodiy samaradorlikka erishishning asosiy sharti nima?
14. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlarining uzluksiz pasayishi nimalar asosida ta'minlanadi?
15. Ishlab chiqarishning texnikaviy darajasini oshirish nimaga katta ta'sir ko'rsatadi?
16. Yangi texnikani joriy qilish va mahsulot tayyorlash texnologiyasini takomillashtirish jarayonlari natijasi to'g'risida so'zlab bering.
17. Mahsulot tannarxini hisoblashdan ko'zda tutilgan asosiy maqsad nimalardan iborat?
18. Ustama xarajatlar tushunchasi bo'yicha tushuncha bering.
19. Korxonada rejadagi (biznes-rejada belgilangan) va haqiqiy (hisobot bo'yicha haqiqatda erishilgan) tannarx solishtirib borilishi nimani aniqlashga yordam beradi?
20. Mahsulot tannarxiga kirtilmaydigan xarajatlar to'g'risida misol keltiring.
21. Mahsulot (ishlab chiqarish) tannarxi formulasidagi xarajatlar turkumiga kiruvchilari qaysi?
22. Buxgalteriya hisobida mahsulot ishlab chiqarish tannarxini hosil qiluvchi xarajatlar iqtisodiy mazmuni va umumiylik xususiyatlariga ko'ra qanday elementlarga ajratiladi?
23. Mahsulot tannarxini pasaytirish nimalar orqali erishilishi mumkin?

8. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING MOLIYAVIY FAOLIYATI TAHLILI

- 8.1. Moliyaviy tahlilning asosiy talablari va manbalari.
- 8.2. Kichik biznes va tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko'rsatkichlar.
- 8.3. O'zbekiston Respublikasida moliyaviy tahlil uslubining ishlab chiqilishi.
- 8.4. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy mustahkamligi hamda ular faoliyatining moliyaviy natijalari tahlili.
- 8.5. Korxonalar rentabelligi tahlili.

8.1. Moliyaviy tahlilning asosiy talablari va manbalari

Korxonalar moliyaviy holati bu:

- kompleks ravishdagi tushuncha bo'lib, u o'z ichiga keng ko'rsatkichlar tizimini oladi, ular korxonalar moliyaviy resurslari borligini, holatini, joylashganligini va ulardan foydalanish darajasini ifodalaydi;
- korxonalar faoliyatidagi butun ishlab chiqarish va xo'jalik omillarining harakati, ularning o'zaro aloqadorligi natijasidir;
- korxonalar moliyaviy holatini o'zgartirish, tadbirkorlik va boshqa faoliyati uchun zarur bo'lgan moliyaviy resurslar bilan ta'minlanganligi va ulardan samarali foydalanish ifodasidir;
- korxonalar moliyaviy holatini o'zgartirish, organlari va tashkilotlari bilan o'zaro aloqalarni haqiqiy aks ettirishidir.

Korxonalar moliyaviy holati, ularning istiqbolini aniqlash bilan birga, bu korxonalar bilan aloqada bo'lgan boshqa tashkilotlar va korxonalar moliyaviy holatiga ta'sir ko'rsatadi. Umuman korxonalar moliyaviy ishlab chiqarish, xo'jalik faoliyatini, jumladan ularning moliyaviy holati tahlili asosini bir butun kompleks iqtisodiy fanlar: iqtisodiy nazariya, makro va mikro iqtisodiyot, menejment va marketing, statistika, buxgalteriya hisobi, audit, moliya, kredit, pul muomalasi va boshqalar tashkil etadi. Demak, tahlilchi mutaxassis-auditorlar keng iqtisodiy ilimga ega bo'lishlari lozim.

Iqtisodiy adabiyotda, ma'lumki, «Moliyaviy tahlil» atamasidan foydalaniladi. «Moliyaviy tahlil» barcha iqtisodiy tahlilning bir shakli

hisoblanadi, ikkinchi shakli – bu «boshqaruvlik tahlili». Demak, mazmunan «Moliyaviy tahlil» va «Korxonalarining moliyaviy holati tahlili» – bu har xil mazmunga ega bo‘lgan iboralar.

Bizning ma’ruzamiz korxonalarining moliyaviy holatini tahlil qilishga bag‘ishlangan, lekin iqtisodiy adabiyotda qabul qilinganidek, qisqa ifodalash uchun ma’ruzalarda «Moliyaviy tahlil» atamasidan foydalanilgan. Iqtisodiy adabiyotda korxonalarining moliya holati tahlili jarayoni ham «Moliyaviy tahlil» deb qabul qilmayapti.

Korxonalarining moliyaviy holatini tahlil qilish, ya’ni moliyaviy tahlil – keng ko‘rsatkichlar yordamida, kompleks usullaridan foydalanib korxonalarining moliyaviy resurslari borligini, holatini, joylashganligi va ulardan foydalanish darajasini ifodalashdir.

Moliyaviy tahlil ko‘p qirrali murakkab jarayon bo‘lib, u tashkil qilinishi, buning uchun esa bir qator talablarga asoslanishi kerak. Bu talablar quyidagilardan iborat:

- mutlaq va nisbiy ko‘rsatkichlar o‘rtasidagi aloqalarni borligini bilish;

- moliyaviy tahlil mobaynida mutlaq va nisbiy ko‘rsatkichlardan birgalikda foydalanish;

- moliyaviy tahlil mantiqiy ravishda amalga oshirilib, u induktiv usulga — alohida hodisalardan umumiy hodisalarga o‘tish, moliyaviy holatning bir shakl ko‘rinishidan umumiy ko‘rinishga o‘tish va deduktiv usulga – umumiy hodisalardan alohida hodisalarga o‘tishga asoslanib tahlil qilish;

- hamma foydalanilayotgan ko‘rsatkichlar bir xil, asoslangan usulda aniqlanishi lozim;

- moliyaviy holatni tahlil qilishda tahlil qilinayotgan korxonalar ko‘rsatkichlarini boshqa korxonalar, o‘rtacha tarmoq ko‘rsatkichlari va ilg‘or korxonalar ko‘rsatkichlari bilan taqqoslash;

- moliyaviy tahlilning har tomonlama bo‘lishligi va korxonalarining umumiy moliyaviy holatiga ta’sir qiluvchi omillarni tahlil etish;

- moliyaviy tahlilni samarali o‘tkazish uchun kerakli ma’lumotlarni oldindan tayyorlash va bu borada asosiy tasdiqlangan moliyaviy manbalar bilan cheklanmasdan birlamchi buxgalteriya hisobi ma’lumotlaridan foydalanish;

- moliyaviy tahlil obyektiv ravishda tashkil qilinib, u korxonalarining moliyaviy holati real darajasini ifodalashi lozim;

- moliyaviy tahlil o'z vaqtida o'tkazilib, tahlil yakunlariga asoslanib, moliyaviy holatni yaxshilash choralarini o'z vaqtida amalga oshirishga imkon berish;

- moliyaviy tahlil kompleks ravishda o'tkazilib, unda moliyaviy holatning hamma shakl va yo'nalishlari ifodalanishi lozim;

- moliyaviy tahlil o'z vaqtida va haqqoniy bo'lib, u moliyaviy holatni ko'tarishga bag'ishlangan tadbirlarni ishlab chiqib, ularni amalga oshirishga imkon berishi;

- moliyaviy holatni tahlil qilish shunday vaqtda o'tkazilishi lozimki, tahlil yakunlari qo'yilgan maqsadni amalga oshirib, korxonada boshqaruvni takomillashtirishga imkoniyat tug'dirishi lozim;

- moliyaviy tahlil barcha yig'ilgan va umumlashtirilgan ma'lumotlarga asoslanib, kerakli ko'rsatkichlardan foydalanib, bu ko'rsatkichlarning asosligi to'g'ri usullarda aniqlanishi lozim,

Ko'rinib turibdiki, moliyaviy tahlil ko'p qirrali murakkab va muhim bo'lganligi sababli u bir qancha talablarga asoslangan. Yuqorida ko'rilgan talablarga oid, moliyaviy tahlil korxonalarining moliyaviy holatini tahlil qilishda quyidagi vazifalarni bajarishga yo'naltirilishi kerak:

1. Korxonalarining moliyaviy darajasini baholash.

2. Moliyaviy holatning o'zgarishini aniqlash.

3. Moliya holatiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni tahlil qilish.

4. Korxonalarda qo'lga kiritilgan moliyaviy holat darajasini ifodalab, bu borada hali foydalanilmagan imkoniyatlarni, mavjud zaxiralarni ko'rsatib berish.

5. Korxonalarda hali foydalanilmagan imkoniyatlarni safarbar etish maqsadida tavsiyalar, takliflar ishlab chiqish va ularni amalga oshirish shart-sharoitlarini ko'rsatib berish.

Bajariladigan vazifalar shuni ko'rsatayaptiki, moliyaviy holatni tahlil qilish korxonalarda shakllanayotgan boshqaruv tizimini takomillashtirishda katta ahamiyatga ega. Moliyaviy tahlil boshlanmasdan tahlilning obyektlari va predmetlari aniqlanishi lozim. Moliyaviy tahlilning asosiy obyekti, xo'jalik subyektlari, alohida korxonalar, tashkilotlar hisoblanadi. Lekin moliyaviy holat korxonalar guruhi, ishlab chiqarish tarmoqlari miqyosida ham aniqlanishi mumkin.

Moliyaviy tahlilning predmeti korxonada va tashkilotlarning moliyaviy faoliyati, ularning moliyaviy resurslaridan foydalanish jarayoni hisoblanadi. Moliyaviy tahlilning maqsadi va uning yo'nalishini e'tiborga

olsak moliyaviy tahlil har xil shaklda bo'lishi mumkin; tarmoqlararo, tarmoqda, korxonalar miqyosida, joriy va istiqboliy, tezkorlikda, tugallangan bo'lishi mumkin. Tarmoqlararo moliyaviy tahlilda tarmoqlararo iqtisodiy aloqalarni nazarda tutgan holda tahlil qilinayotgan korxonalarining moliyaviy holati o'rtacha tarmoq ko'rsatkichlari bilan solishtiriladi.

Tarmoq miqyosida o'tkazilayotgan moliyaviy tahlilda tahlil qilinayotgan korxonalarining moliyaviy ko'rsatkichlari shu tarmoqdagi boshqa korxonalar hamda ilg'or korxonalar ko'rsatkichlari bilan taqqoslanadi. Bozor munosabatlari davrida butun korxonalar va tashkilotlar mustaqil ravishda faoliyat olib borar ekan, moliyaviy tahlilning eng asosiy shakli alohida korxonalarining moliyaviy holatini tahlil qilish hisoblanadi.

Tugallangan moliyaviy tahlilda korxonaning butun moliyaviy holati tahlil qilinadi, undan tashqari korxonalar moliyaviy holatining alohida yo'nalishlari, shakllari tahlil qilinishi mumkin.

Tezkor tahlil, korxonalar faoliyatida doimo, uzluksiz bo'lishi kerak. Unda moliyaviy holatning alohida ko'rsatkichlari kuzatib boriladi va ularning o'zgarishiga qarab boshqaruv tadbirlari ishlab chiqilib amalga oshiriladi.

Joriy moliyaviy tahlil chorak va yarim yillik moliyaviy hisobotlar bo'yicha o'tkazilib, moliyaviy holatni yil davomida o'zgartirib, yaxshilab turish imkoniyatini beradi. Faoliyat ko'rsatayotgan har bir korxonalar o'z istiqboliga ega bo'lishi zarur, bu istiqbol tadbirlari esa korxonalar bo'yicha ishlab chiqilishi kerak. Shu munosabat bilan korxonalarining moliyaviy holati istiqbolini ham tahlil qilib turish kerak.

Moliyaviy tahlilning yo'naltirilganligi nuqtayi nazardan moliyaviy tahlil quyidagi shakllarda o'tkazilishi mumkin:

- gorizontal tahlilda hisobot davridagi moliyaviy holatni ifodalovchi ko'rsatkichlar o'tgan davr bilan taqqoslanadi, ya'ni bu ko'rsatkichlarning dinamikasi aniqlanadi;

- vertikal tahlilda moliyaviy holatga taalluqli bo'lgan ko'rsatkichlarning tarkibiy-tuzilmasi o'rganiladi. Masalan, korxonalar mablag'larining yoki ularni qoplovchi manbalarining hisobot davridagi tarkibi va uni o'tgan davrga nisbatan o'zgarishi ifodalanadi;

- nisbiy ko'rsatkichlar tahlilida moliyaviy holat ko'rsatkichlari o'rtasidagi aloqa o'rganiladi. Masalan, korxonalar mablag'larining va ularning manbalari o'rtasidagi aloqa, moliyaviy resurslar va ulardan foydalanish o'rtasidagi aloqa ifodalanadi;

- taqqoslash tahlilida korxonalar bo'yicha moliyaviy holat uning alohida bo'limchalari moliyaviy holati bilan taqqoslanadi, bu korxonaning moliyaviy holati boshqa korxonalarining moliyaviy holati bilan solishtiriladi;

- omillar tahlilida, pirovardida, korxonaning moliyaviy holatiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar tahlil etiladi.

Yuqorida ko'rsatilgan moliyaviy tahlilning shakllaridan tashqari yana amaliyotda ichki va tashqi, moliyaviy va boshqaruvchanlik tahlili shakllari qo'llaniladi.

Ichki moliyaviy tahlil korxonalarining xodimlari tomonidan o'tkazilib, shu korxonalarining boshqaruv tizimini kelgusida takomillashtirish va moliyaviy holatini yaxshilash maqsadida o'tkaziladi.

Tashqi moliyaviy tahlil korxonalarining xodimlari tomonidan emas, balki organlar, tashkilotlar xodimlari tomonidan o'tkaziladi. Bu tahlil korxonalarining iltimosi bo'yicha yoki tashqi organ, tashkilot, korxonalar xodimlari tomonidan nazorat sifatida o'tkazilishi mumkin.

Bozor munosabatlariga o'tish bilan moliyaviy va boshqaruvlik tahlilidan keng foydalanilmoqda va bu tahlil shakllari katta ahamiyat kasb etayapti.

Moliyaviy tahlil – korxonalarining ochiq tarzdagi moliyaviy hisobotlarining ma'lumotlariga asoslanib o'tkaziladigan tahlildir.

Yuqorida ta'kidlanganidek moliyaviy tahlilni korxonalarining xodimlari o'tkazishi mumkin, lekin moliyaviy hisobot ochiq bo'lganligi uchun bu tahlilni boshqa tashqi organlar, korxonalar va tashkilotlar — soliq, moliya, bank va boshqalar tomonidan o'tkaziladi hamda korxonalarining moliyaviy holatiga baho beriladi.

Boshqaruv tahlil bevosita korxonalar tomonidan o'tkazilib, u ham ochiq, ham yopiq hisobot axborotlariga asoslanadi va bu tahlil yakunlari korxonalar rahbariyati tomonidan boshqaruvlikni takomillashtirish uchun foydalaniladi. Bu tahlilda yopiq ma'lumotlardan foydalanilganligi uchun bu tahlilni asosan tashqi korxonalar va organlar emas, bevosita korxonalar xodimlari olib boradilar, chunki bozor munosabatlari davrida har bir korxonalar o'zining hisob siyosatiga ega. Shuningdek, uning faoliyatida tijorat sirlari bo'lib, ular moliyaviy hisob va hisobotda emas, boshqaruv hisob va hisobotida ifodalanadi.

Moliyaviy va boshqaruv tahlil shakllari bir-birini inkor qilmaydi, ular bir-biri bilan bog'liq, lekin bajaradigan vazifalari va xususiyatlari har xil.

Moliyaviy tahlil quyidagi xususiyatlarga ega:

- moliyaviy tahlilning yakunlari ochiq bo'lib, ulardan hamma foydalanishi mumkin;

- moliyaviy tahlilning subyektlari va bu tahlilning yakunlaridan foydalanuvchi organ, korxonalar, tashkilotlar tarkibi keng;

- moliyaviy tahlil hamma uchun moslangan, nashr etilgan hisobot ma'lumotlariga asoslanadi;

- moliyaviy tahlil korxonalar ichki boshqaruv muammolarini yechish uchun o'tkaziladi;

- moliyaviy tahlilning yo'nalishi moliyaviy hisobot ma'lumotlari bilan cheklangan bo'lib, unda chegaralangan aniq bir vazifalar yechiladi. Bu moliyaviy mustahkamlik, balans likvidligi, foyda, rentabellik darajasi va boshqalardir.

O'z navbatida boshqaruv tahlili quyidagi xususiyatlar bilan ifodalanadi:

1) korxonalar tijorat sirlarini saqlash maqsadida boshqaruvlik tahlilning yopiqligi;

2) boshqaruv tahlili o'tkazilganda foydalanadigan ma'lumotlar tarkibi chegaralanmaydi. Bu tahlilda ochiq moliyaviy hisobot ma'lumotlaridan tashqari, birlamchi buxgalteriya hisobi ma'lumotlari, maxsus tashkil qilib yig'ilgan ma'lumotlaridan foydalaniladi;

3) boshqaruv tahlilida tahlil yo'nalishlari, foydalanilayotgan ko'rsatkichlar, bajariladigan vazifalar chegaralanmaydi;

4) boshqaruv tahlilining yakunlari ichki maqsadlar hamda moliyaviy holatni yaxshilash uchun foydalaniladi.

Ko'rinib turibdiki, korxonalar moliyaviy holatini tahlil qilish keng miqyosda va aniq vazifalarni bajarish uchun o'tkaziladi. Korxonalar ishlab chiqarish, xo'jalik faoliyatining moliyaviy holatini tahlil qilish uchun an'anaviy, qadimdan qo'llanib kelinayotgan usullar bilan birga, keng tarzda statistika usullari, moliyaviy holatni ifodalovchi ma'lumotlarni yig'ish va umumlashtirish, statistik kuzatishlarni o'tkazish, mutlaq, nisbiy, o'rta, dinamik ko'rsatkichlardan foydalanish, dinamik qatorlardan, iqtisodiy indekslar tizimidan, omillararo korrelyatsiya aloqalarini aniqlash, jadval va chizma tizimidan foydalanish lozim.

Umuman tahlil qilish usullari, ayniqsa, moliyaviy holatni tahlil qilish usullari bozor munosabatlariga o'tish bilan yanada takomillashtirilishi, korxonalararo taqqoslash, raqobatchi va ilg'or korxonalar bilan

taqqoslash hamda korxonalarining istiqbol moliyaviy holatini tahlil qilish usullari katta ahamiyatga ega bo'lib qoladi.

Moliyaviy tahlil ko'p qirrali murakkab ish bo'lib, u o'z ichiga korxonalarda shakllangan moliyaviy holatni, uning alohida yo'nalish bo'yicha moliyaviy holatini aniqlovchi shart-sharoit, omillarni, korxonalar moliyaviy holatini kelgusida ko'tarish imkoniyatlarini, zaxiralari, yo'nalishlarini tahlil qilishni oladi. Demak, moliyaviy tahlilni har tomonlama tayyorlab, so'ng o'tkazish lozim. Shu sababli moliyaviy tahlilni tayyorlash va o'tkazish bir qancha bosqichlarni o'ziga olib, ular quyidagilardan iborat:

- moliyaviy tahlilni o'tkazishning ishchi dasturini tuzish. Dasturda tahlilning maqsadi va vazifalari aniqlanadi;

- tahlilni o'tkazuvchilarning tarkibini aniqlash, ya'ni tahlil qiluvchilarning ro'yxatini tuzish;

- tahlil uchun foydalaniladigan iqtisodiy ma'lumotlarni to'plash;

- moliyaviy tahlilda foydalanadigan ko'rsatkichlar tizimini aniqlash;

- moliyaviy tahlil ko'rsatkichlarini hisoblash usullarini aniqlash;

- tahlilda foydalanadigan ko'rsatkichlarni hisoblash va ularni umumlashtirish;

- tahlil yakunlarini jadvallar va chizmalarda shakllantirish;

- moliyaviy tahlil natijasida xotima tayyorlab, unda tahlil yakunlari bo'yicha xulosalar chiqarib, kelgusida korxonaning moliyaviy holatini ko'tarishga bag'ishlangan tavsiyalar ishlab chiqish;

- moliyaviy tahlil yakunlarini maxsus yig'illshda muhokama qilish;

- tahlil yakunlari bo'yicha muhokama natijalarini e'tiborga olib, korxonaning moliyaviy holatini ko'tarish maqsadida boshqaruv tizimini takomillashtirishga bag'ishlangan tadbirlar ishlab chiqib, ularni korxonahabariyatining maxsus qarorida ifodalash.

O'tkazilayotgan moliyaviy tahlilning darajasi va mazmuni foydalanilayotgan ma'lumotlar bazasiga bog'liq iqtisodiy fanlarning rivojlantirish, buxgalteriya hisobi va hisobotlarining takomillashtirilishi bilan ma'lumotlar bazasi ham takomillashib boradi. Demak, foydalaniladigan ma'lumotlar moliyaviy tahlilning manbalari bo'lib hisoblanadi. Bunday manbalar sifatida korxonalarining yillik va boshqa hisobotlarini ko'rish mumkin.

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

Kichik biznes korxonalarining moliyaviy faoliyati ularning davlat, boshqa korxonalar, tashkilotlar va shaxslar bilan o'zaro munosabatini tartibga solish bilan bog'liq pul hisob-kitoblarini ifodalaydi.

Kichik biznes korxonalarining ish faoliyati uning moliyaviy holati bilan chambarchas bog'langanidir. Moliyaviy holat korxonaning har tomonlama faoliyatining natijalarini aks ettiradi va rejada belgilangan ishlarning bajarilishiga ta'sir ko'rsatadi. Har bir kichik korxonaning moliyaviy xo'jalik faoliyati to'g'ri olib borilishi muhim ahamiyat kasb etadi.

Korxonalar faoliyatining moliyaviy natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlardan asosiysi foydadir. Korxonalar foydasining turlari quyidagilardan iborat:

a) mahsulotlar sotishdan tushgan yalpi foyda (YAF). Bu sotishdan tushgan sof tushum (ST) va sotilgan mahsulotning tannarxi (MT) o'rtasidagi farqdan iborat, ya'ni

$$YAF = ST - MT;$$

b) asosiy ishlab chiqarish faoliyatidan tushgan foyda (ICHF). Bu ma'lum davr ichida mahsulotlar sotishdan tushgan yalpi foyda (YAF) va xarajatlar (A_{xaraj.}) o'rtasidagi farq va plyus boshqa asosiy faoliyat sohalari daromadlari (B_{dar.}) yoki kamomadlari (B_{kam.}) ayirmasidan iborat, ya'ni:

$$ICHF = YAF - A_{xaraj.} + B_{dar.} B_{kam.};$$

d) umumiy xo'jalik faoliyatidagi foyda (UXF). Bu algebraik ifodalar yig'indisi tarzida ifodalanadi: asosiy faoliyatidagi foyda (AFF) plyus dividendlar (DD) va foizlar bo'yicha daromadlar (FD) plyus (yoki minus) chet el valutalari bo'yicha operatsiyalaridan olingan daromadlar (yoki kamomadlar) (CHEV) plyus (yoki minus) qimmatbaho qog'ozlarni qayta baholashdagi daromadlar (yoki kamomadlar) (KKKB) minus foizlar bo'yicha xarajatlardan (FX) iborat, ya'ni:

$$\text{UXF} = \text{AFF} + \text{DD} + \text{FD} \pm \text{CHEV} \pm \text{KKKB FX};$$

e) soliq to'lovlari gacha bo'lgan foyda (SF). Bu ko'rsatkich ham algebraik ifodalar yig'indisi tarzida ifodalanib, umumiy xo'jalik faoliyatidagi foyda (UXF) va tasodifiy (ko'zda tutilmagan) foyda yoki kamomadlar (TFK) saldosidan iborat, ya'ni:

$$\text{SF} = \text{UXF} \pm \text{TFK};$$

d) yillik sof foyda (YSF). Bu barcha soliqlarni to'lab bo'lgandan so'ng korxonaga hisobiga qoladigan daromad, ya'ni soliq to'lovlari gacha bo'lgan foydadan (SF), daromad yoki foyda solig'ini (FS) hamda boshqa soliqlar yoki to'lovlarni (BS) olib tashlangandan keyin qolgan qismidir, ya'ni:

$$\text{YSF} = \text{SF} - \text{FS} - \text{BS}.$$

Korxonalarining xo'jalik faoliyatini yuritishi davomida kelib chiqadigan xarajatlar o'z xususiyatlariga ko'ra quyidagicha tasniflanadi:

Mahsulotlarning ishlab chiqarish tannarxi:

- a) to'g'ri va egri moddiy xarajatlar;
- b) to'g'ri va egri mehnat xarajatlari;
- d) boshqa to'g'ri va egri xarajatlar.

Ma'lum davrdagi xarajatlar:

- a) sotish bilan bog'liq xarajatlar;
- b) boshqarish bilan bog'liq xarajatlar (ma'muriy xarajatlar);
- d) boshqa jarayonlar bilan bog'liq xarajatlar.

Moliyaviy faoliyat bilan bog'liq xarajatlar:

- a) foizlar bo'yicha xarajatlar;
- b) xorijiy valutalar bilan bog'liq operatsiyalarda kurslarning salbiy farqi;
- d) qimmatbaho qog'ozlarni qayta baholash;
- e) moliyaviy faoliyat bilan bog'liq boshqa xarajatlar.

Tasodifiy xarajatlar (tabiiy ofatlar natijasida kelib chiqadigan xarajatlar).

Korxonalarining xo'jalik faoliyatining yuritishi davomida kelib tushadigan daromadlari o'z xususiyatlariga ko'ra quyidagicha guruhlanadi va u hisobotlarda quyidagi asosiy bo'limlar bo'yicha aks etadi:

- sotishdan tushgan sof tushumlar;
- asosiy faoliyat sohalaridagi boshqa daromadlar (operatsion daromadlar);
- moliyaviy faoliyat sohalaridagi daromadlar;
- tasodifiy daromadlar.

Sotishdan tushgan sof tushumlar mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumlardan qo'shimcha qiymat solig'i, aksiz solig'i, eksport solig'i (sotib oluvchi tomonidan beriladigan ayrim skidkalar) va boshqa to'lov hamda ajratmalarni olib tashlagandan keyin qolgan qismi sifatida hisoblanadi.

Korxonalarining eksport faoliyati bilan bog'liq operatsiyalardan tushgan foyda va daromatlarni hisoblash, mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumlar hajmini aniqlash kabi belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

Asosiy faoliyat sohalaridagi boshqa daromadlar (operatsion daromadlar) hisobot bo'limining «Boshqa daromadlar va tushumlar» moddasida ko'rsatiladi.

Ushbu daromadlarga:

- xo'jalik shartnomalari shartlarini buzganlik uchun turli xildagi sanksiyalar, jarimalar, penyalar, shuningdek keltirilgan zarar va kamomadlarni qoplash;

- hisobot yilida, o'tgan yildagi daromadlar va foydalarni hisoblash natijasida topilgan summa;

- mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotish yoki ishlab chiqarish jarayonlari bilan bog'liq bo'lmagan boshqa daromadlar, ya'ni renta daromadlari, xizmat ko'rsatish tarmoqlaridan tushgan daromadlar, korxonada tizimidagi oshxonalar va kafelar hisobidan kelib tushadigan tushumlar;

- asosiy fondlar va korxonaning boshqa mol-mulklarining faoliyati-dan kelib tushadigan moliyaviy daromadlar kiradi.

Moliyaviy faoliyat sohalaridagi daromadlar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- royalti (litsenziya bitimida ko'rsatilgan narsadan foydalanish huquqi uchun sotuvchiga vaqt-vaqti bilan pul o'tkazib turish) va transfert (egasining nomi yozilgan qimmatbaho qog'ozlarni bir kishi nomidan boshqa kishiga o'tkazish) kapitallarini to'plash;

- korxonada faoliyat ko'rsatayotgan tarmoqlarning qimmatbaho qog'ozlarga qo'shgan ulushlaridan kelib tushadigan dividendlar hisobidagi daromadlar;

- valuta schyotlari bo'yicha kurslar farqining ijobiy saldolari;

- shu'ba korxonalarining qimmatbaho qog'ozlarga sarflangan mablag'larini qayta baholash hisobidan kelib tushadigan foydalar va boshqalar.

Tasodifiy foyda yoki daromadlar xo'jalik faoliyatini yuritish davomida ko'zda tutilmagan tasodiflar, hodisalar, e'tiborga olinmagan jarayonlar va voqealar tufayli vujudga keladigan daromadlardir. Bularga, asosiy faoliyat yuritish davomida ifodalangan hisobotlarda aks etgan boshqa daromadlar bo'limi moddasidagi daromadlar kiritilmaydi.

Xo'jalik faoliyatini yuritish davomida korxonalar o'z mablag'lari darajasini aniqlashi va nazorat qilishi muhim o'rin tutadi. Chunki mulkiy javobgarlik, tuzilgan kontraktlar va shartnomalar asosida kelib chiqadigan o'zaro kelishmovchiliklar yoki muammolar mana shu mulkka bo'lgan egalik huquqlari bo'yicha kafolatlanadi.

Mulkiy javobgarlik, mulk shaklidan qat'iy nazar faqat korxonaning o'z mablag'lariga qo'yilishi mumkin. O'z mablag'larning miqdori buxgalteriya balansi ma'lumotlariga asosan aniqlanadi.

8.3. O'zbekiston Respublikasida moliyaviy tahlil uslubining ishlab chiqilishi

Korxonalarining umumiy iqtisodiy, xo'jalik faoliyatini, jumladan, moliyaviy faoliyatini tahlil qilish muammolari odatda ikki yo'nalishda olib boriladi:

Birinchidan, ilmiy-tadqiqot ishlari olib borilib, maqolalar, qo'llanmalar, monografiyalar chop etiladi.

Ikkinchidan, moliya vazirligi va korxonalarining moliyaviy faoliyatidan manfaatdor bo'lgan boshqa organ, tashkilotlar tomonidan moliyaviy tahlilning me'yoriy asoslari, uslubiy ko'rsatmalari barpo etiladi.

Bu odat hozirgi paytda ham respublikada davom etayapti. Ilmiy-tadqiqot ishlari bajarilyapti, me'yoriy hujjatlar ishlab chiqilyapti. Bu ishlar bozor munosabatlariga moslangan ravishda respublikada boshlangan bo'lsada, lekin bajarilgan ishlardan moliya tahlil uslubini hali batafsil shakllangan deb bo'lmaydi.

Toshkent Moliya instituti tahlil kafedrasining mudiri iqtisod fanlari nomzodi, dotsent Akramjon Ibrahimovning o'zbek tilida chop etilgan «Moliyaviy tahlil» nomli risolasida moliyaviy tahlilni o'tkazish uchun quyidagi ko'rsatkichlar tasnifi tavsiya etilgan:

1. Korxonaning moliyaviy faoliyati tahlili: balans tahlili; mol-mulk tarkibi tahlili; korxonaga mablag'larining manbalari tahlili; moliyaviy mustahkamlik tahlili; qarzlarni qaytib berish qadrligining tahlili; korxonaga mablag'lari harakati tahlili.

2. Korxonaga moliyaviy faoliyati yakunlari tahlili: balansdagi foydaning tarkibiy va dinamik tahlili; mahsulot realizatsiyasidan olingan foyda va unga ta'sir ko'rsatuvchi omillar tahlili; korxonaning boshqa daromadlari va xarajatlari tahlili; korxonaning yalpi va sof foydasi tahlili; korxonaga rentabellik va unga ta'sir ko'rsatuvchi omillar tahlili; korxonaga foydasining taqsimlanishi tahlili. Ko'rinib turibdiki, yuqorida keltirilgan ko'rsatkichlar tasnifida korxonalar moliyaviy holatining hamma yo'nalishlari shakllari ifodalangan emas. Masalan, balans likvidligi va hokazo.

1995-yili Moliya vazirligi tomonidan har oyda chop etiladigan «O'zbekiston Respublikasi moliyaviy qonunlari» to'plamida A.N. Li va S.I. Shevchenkolarning «Korxonalar moliyaviy tahlilining asosiy tamoyillari» nomli maqolasida moliyaviy tahlil uchun quyidagi ko'rsatkichlardan foydalanish tavsiya etilgan:

1. Moliyaviy holatni umumiy baholash.

2. Moliyaviy barqarorlikni (mustahkamlikni) tahlil etish koeffitsiyentlari, likvidlik koeffitsiyentlari, korxonaga kapitalining tarkibiy koeffitsiyentlari, moliyaviy mustahkamlikni baholash mezonlari.

3. Korxonalar faoliyati samaradorligining tahlili korxonalarning haqiqiy samaradorligi, rentabellik koeffitsiyentlari, bozorga oid aktivlik koeffitsiyentlari, korxonalarning potensial ko'rsatkichlari, ishchanlik-aktivlik koeffitsiyentlari hamda korxonaga xarajatlariga, foydasiga ta'sir etuvchi omillar tahlili.

Mualliflar tavsiyalarida moliyaviy holatning mustahkamligini barqarorlik bilan, moliyaviy mustahkamlikni balans likvidligi bilan aralastirgan va korxonalarning moliyaviy faoliyatini hamma shakllari emas, bir qism shakllari, yo'nalishlari ifodalangan.

Moliyaviy tahlil muammolari bo'yicha respublikada ko'zga ko'ringan iqtisodchi olimlardan, Samarqand kooperativ institut professori, iqtisod fanlari doktori I.T. Abdulkarimovning ham rus, ham o'zbek tilida

chop etilgan «Moliyaviy hisobotni qanday o‘qish va tahlil qilish kerak» nomli monografiyasida moliyaviy tahlil quyidagi ikki bosqichda amalga oshiriladi:

1. Moliyaviy hisobot, uning tavsifi. Bu bosqichda moliyaviy hisobotning mohiyati, mazmuni, tarkibi quriladi, buxgalteriya balansi moliyaviy tahlilning asosiy manbai sifatida ifodalanadi, buxgalteriya balansining boshqa moliyaviy hisobot shakllari bilan aloqasi yoritilgan va buxgalteriya balansini haqiqiylikini va balansni tahlil qilishga tayyorlash muammolari yoritilgan.

2. Moliyaviy hisobotga asoslanib, korxonalarining moliyaviy faoliyatini tahlil qilish yoritilgan. Bu bosqichda bozor munosabatlari davrida moliyaviy tahlilning tutgan o‘mi, korxonalar balansining tarkibini tahlil qilish, korxonalar mablag‘larining holati va foydalanish darajasi tahlili, korxonalar mablag‘larining manbalari tahlili, qarzlarni qaytib berish qadri, moliyaviy mustahkamlik, debitorlik, kreditorlik qarzlarni tahlil qilish, shaxmat balansini tuzish muammolari, korxonalar faoliyati moliyaviy yakunlarini tahlil qilish masalalari ko‘rilgan.

Muallif tavsiyalarida bozor munosabatlari talablari kengroq e‘tiborga olingan va moliyaviy tahlil ketma-ket o‘tkazilishi ifodalangan.

O‘zbekiston Respublikasi yosh iqtisodchi olimlaridan iqtisod fanlari nomzodlari M.K. Pardayev, B.I. Isroilovlar 1999-yili «Moliyaviy tahlil» nomli uslubiy ko‘rgazmalar va tavsiyalar albomini chop etdilar. Bu to‘planma uch qismdan iborat.

Birinchi qism, «Moliyaviy tahlilning nazariy asosi»da moliyaviy tahlilning mazmuni, tarkibi, shakllari va maqsadi ko‘rilgan.

Ikkinchi qism, «Korxonalar moliyaviy holatining tahlili»da korxonalarining iqtisodiy salohiyatini baholash va tahlil qilish, korxonalar mablag‘larining alohida turlari tahlili, korxonalarining o‘zlik va tashqaridan olingan mablag‘lar tahlili, korxonalar barqarorligi, likvidligini, moliyaviy mustahkamligini, bankrotlikni va bozor faoliyatining tahlil qilish ko‘rsatkichlari ko‘rilgan.

Uchinchi qism, «Moliyaviy natijalar tahlili»da moliyaviy yakunlar tahlili, korxonada foyda tahlili, rentabellikni, savdo, aksiyadorlik jamiyatlarida foyda va rentabellik ko‘rsatkichlari tahlil etilgan.

Qo‘llanmada berilgan tahlil bosqichlari bo‘yicha moliyaviy tahlilda foydalanadigan ko‘rsatkichlarning va ularga ta‘sir ko‘rsatuvchi

omillarning tasnifi, ko'rsatkichlarni aniqlash usullari, olingan natijalarni chizma jadvallarda ifodalanishi yaqqol ko'rsatib berilgan.

Respublikada moliyaviy tahlil usulini shakllanishida kerakli uslubiy-me'yoriy materiallarni tayyorlash ham o'z o'rnini topgan. Bu borada O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi tomonidan kerakli materiallar ishlab chiqarilmoqda. Yuqorida aytilganidek, O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi o'z buyrug'i bilan 1997-yil 15-yanvarda yangi moliyaviy hisobot tizimini tasdiqladi, 1998-yil 26-iyulda qabul qilingan buyrug'iga binoan korxonalar balansiga ilova bo'lmish «Moliya-iqtisodiyot holati to'g'risida ma'lumotnoma»ni to'ldirish buyurtnomasi tasdiqlandi.

1997-yil 17-aprelda korxonalarni bankrot va sanatsiya masalalari bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Hukumat komissiyasi tomonidan «Korxonaning moliyaviy tahlili bo'yicha uslubiy tavsiyalar» qabul qilinib, unda quyidagi moliyaviy tahlil shakllari o'tkazilishi ko'zda tutilgan:

1. Moliyaviy holatning tahlili — balans valutasini dinamikasini, balans passivlari tarkibini, asosiy vositalar va aylanmadan tashqari aktivlar va moliyaviy natijalar tahlili.

2. Moliyaviy mustahkamlikning tahlili - zaxira va xarajatlarni shakllantirish manbalari bilan ta'minlanganligi, moliyaviy mustaqillik koeffitsiyentlari, o'z va qarzga olingan mablag'larning o'rtasidagi nisbat, zaxira va xarajatlarni o'z manbalari bilan ta'minlanganligi, qarzlarni qaytib berishga qodirlik koeffitsiyenti.

3. Korxonalar iqtisodiy holati tahlili — qarzlarni qaytarib berish qobiliyatini tiklash koeffitsiyenti, faoliyatni manevrlash koeffitsiyenti, korxonaning ishlab chiqarish mol-mulkini real qiymati koeffitsiyenti.

4. Korxonalar rentabelligi tahlili - mahsulotlarni realizatsiya qilishning real koeffitsiyenti, asosiy vositalarning rentabellik koeffitsiyenti, permanent kapitalning rentabellik koeffitsiyenti, kapitalning umumiy aylanishining rentabellik koeffitsiyenti.

Bu uslubiy ko'rsatmalarda korxonalar moliyaviy faoliyatining shakllari, yo'nalishlari to'liq ravishda o'z ifodasini topmagan.

O'zbekiston Respublikasi Davlat mol-mulk qo'mitasi tomonidan 1996-yili tasdiqlangan «Korxonalar moliyaviy holatining tahliliy uslubi»da moliyaviy holat quyidagi yo'nalishlarda tahlil qilinishi tavsiya etilgan:

1. Moliyaviy holatni umumiy baholash, balans valutasining dinamikasi, korxonalar mablag'lari va ularning manbalari ko'rsatkichlari.

2. Korxonaning moliyaviy mustahkamligi tahlili — moliyaviy mustahkamlikning mutlaq, me'yoriy, nome'yoriy va inqiroz shakldagi ko'rsatkichlari, korxonaning o'zlik va qarzga olingan mablag'lari o'rtasidagi nisbat, tashqaridan olingan qarzlarni uzoq muddatlik koeffitsiyenti, o'z mablag'larining manevrlik koeffitsiyenti, asosiy vositalar va moddiy aylanma mablag'lar qiymatining reallik koeffitsiyenti.

3. Korxonalar tomonidan olingan qarzlarni qaytarish qadri (likvidlik) ko'rsatkichlari – balans likvidligining mutlaq, o'tish va umumiy koeffitsiyentlari, sof foyda koeffitsiyenti.

Bu yerda ham tavsiya etilgan moliyaviy holatni ifodalovchi ko'rsatkichlar to'liq emas.

O'zbekiston Respublikasi Davlat mol-mulk qo'mitasi qoshida tashkil etilgan korxonalar iqtisodiy nochorlik masalalari bo'yicha qo'mitaning 1997 yilda tasdiqlangan «Qishloq xo'jalik korxonalar moliyaviy holatini tahlil qilishning uslubiy tavsiyalari»da quyidagi ko'rsatkichlardan foydalanilgan:

1. Moliyaviy holati tahlili — balansning aktiv va passiv tomonidagi ma'lumotlar tahlili.

2. Moliyaviy mustahkamlik tahlili — moliyaviy mustahkamlikning mutlaq, me'yoriy, nome'yoriy va inqiroz darajadagi ko'rsatkichlari.

3. Moliyaviy koeffitsiyentlar tahlili — qarzlarni qaytarish qadri, o'zlik va qarzga olingan mablag'lar o'rtasidagi nisbat, moliyaviy mustaqillik koeffitsiyenti, o'z aylanma mablag'lari bilan ta'minlanganlik koeffitsiyentlari.

4. Moliyaviy yakunlar tahlili — mahsulot va korxonalar aktivlari rentabelligi.

O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi tomonidan moliyaviy hisobotni tayyorlar va topshirish konseptual asoslari tasdiqlandi, respublikada moliyaviy tahlilga taalluqli bo'lgan milliy andozalardan «Hisob siyosati va moliyaviy hisobot», «Asosiy xo'jalik faoliyatidan daromadlar», «Moliyaviy natijalar to'g'risida hisobot» va boshqa me'yoriy materiallar qabul qilindi. 1999-yil 27-iyulda O'zbekiston Respublikasi Makroiqtisodiyot va statistika vazirligi qoshidagi korxonalar iqtisodiy holatsizligi masalalari bo'yicha qo'mita tomonidan «Korxonalar iqtisodiy noholatsizligini aniqlash mezonlari tizimi» tasdiqlandi.

Yuqorida ko'rilgan me'yoriy, uslubiy ko'rsatmalar bozor munosabatlarining talablariga javoban ishlab chiqildi. Ular korxonalar moliyaviy

faoliyatini tahlil qilish uslublarini shakllanishida, albatta, katta ahamiyatga ega. Lekin respublika miqyosida bu ishlarni muvofiqlashtirilmaganligi sababli moliyaviy tahlil muammolarini ishlab chiqishda, tadqiqot ishlarini olib borishda yechilmagan masalalar, o'zaro kelishmovchiliklar hali kam emas. Bu muammolarni muvofiqlashtirish, aniq nazorat o'tkazish Respublika Moliya vazirligi tomonidan amalga oshirilsa maqsadga muvofiq bo'lur edi. Chunki, bu borada Moliya vazirligi tomonidan bir qancha tadbirlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, vazirlik tomonidan har oyda «O'zbekiston Respublikasi moliyaviy qonunlari» nomi bilan materiallar to'plami chop etilayotir. 1995 yil bu to'plamga 3-ilova sifatida «Moliyaviy hisob va hisobotning asosiy shakllari va ko'rsatkichlari bo'yicha eslatma» chiqarildi. Bu eslatma moliyaviy hisob va hisobot mazmuni bilan birga moliyaviy tahlilda quyidagi ko'rsatkichlardan foydalanish tavsiya etilgan:

1. Likvidlik koeffitsiyentlari: joriy likvidlik; shoshilinch likvidlik; mutlaq likvidlik; sof aylanma mablag'lar.

2. Ishchanlik-aktivlik koeffitsiyentlari: aktivlarning aylanib turishi; debitorlik qarzlarning aylanib turishi; kreditorlik qarzlarni aylanib turishi; moddiy ishlab chiqarish zaxiralarini aylanib turishi; operatsion sikli muddati.

3. Rentabellik koeffitsiyentlari: aktivlar rentabelligi; realizatsiya rentabelligi; o'zlik kapitali rentabelligi; bir aktsiyaning foydaliligi.

4. Kapitalning tarkibiy koeffitsiyentlari: moliyaviy nomustaqillik koeffitsiyenti; mulk koeffitsiyenti; kreditorlarni himoyalash koeffitsiyenti;

5. Bozor-aktivlik koeffitsiyentlari: narx-foyda nisbati; aktsiyaning daromadliligi; aktsiyaning balansdagi narxi; to'langan dividendlarning salmog'i.

1996-yil «O'zbekiston Respublikasi moliyaviy qonunlari» to'plami-ning 5-ilovasida davlat tasarrufidan chiqarilgan boshqa mulk shakllariga aylantirilgan korxonalar investitsiya loyihalari va kredit resurslarni olish uchun biznes-rejalar tuzish to'g'risidagi tavsiyalar chop etilgan. Bu tavsiyalarda korxonalarning moliyaviy holatini tahlil qilish maqsadida quyidagi moliyaviy koeffitsiyentlar tasdiqlangan:

- joriy likvidlik koeffitsiyenti;
- moliyaviy nomustaqillik koeffitsiyenti;
- mulk mustaqillik koeffitsiyenti;

- moliyaviy mustahkamlik koeffitsiyenti;
- manevrlik koeffitsiyenti;
- asosiy fondlarni tiklash koeffitsiyenti;
- aktivlar rentabelligi;
- realizatsiya rentabelligi.

O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi materiallaridan ko'rinib turibdiki, ishlab chiqarilgan tavsiyalarda bozor munosabatlarining talablari e'tiborga olingan. Demak, respublikada korxonalarni moliyaviy holatini tahlil qilishning ham nazariy, ham amaliy-uslubiy muammolari bo'yicha bir qancha ilmiy ta'qiqot va me'yoriy materiallarni tayyorlash bo'yicha zaruriy ishlar amalga oshirilyapti. Lekin respublikada shakllanayotgan moliya tahlili uslubi hali to'liq bozor munosabatlarining talablariga javob bermaydi.

Yuqorida tahlil qilingan, umumlashtirilgan, respublikada mavjud iqtisodiy adabiyot va ishlab chiqilgan me'yoriy materiallar bizni quyidagi xulosalarga olib keldi:

- korxonalarining moliyaviy holatini tahlil qilish bo'yicha bajarilgan ishlarda har xil yo'nalishlar tavsiya etilgan;

- moliyaviy tahlilni o'tkazish uchun organ va tashkilotlar har xil shaklda bo'lgan ko'rsatkichlarni tavsiya etganlar;

- ko'p qilingan tavsiyalarda korxonalar moliyaviy faoliyatini ifodalovchi moliyaviy ko'rsatkichlar bilan birga moliyaviy holatga aloqasi bo'lmagan ko'rsatkichlar ham foydalanilgan;

- tavsiya etilgan ko'rsatkichlar tizimida, tahlil etish bosqichlarida hamma vaqt ham asoslangan ketma-ketlik talablari e'tiborga olinmagan;

- korxonalarining moliyaviy holati tahlili va korxonalarining iqtisodiy noholatsiz yoki iqtisodiy holatning qoniqarsizligi alohida ko'rilmagan, yoritilmagan.

Bu xulosalar shuni tasdiqlaydiki, respublikada moliyaviy tahlil muammolari ham nazariy, ham amaliy nuqtayi nazardan yana tadqiq etilishi maqsadga muvofiqdir.

Fikrimizcha bu borada kerakli ishlarni davom ettirishda, bajarishda quyidagi tamoyillarga e'tibor berish lozim:

1. Moliyaviy tahlilda hisob va hisobot tizimini bozor munosabatlari-ga moslab takomillashtirishni, ularni xalqaro andozalarga o'tkazishni e'tiborga olish, chunki bu ishlar moliyaviy tahlil axborot manbalarini boyitadi va foydalanilayotgan ko'rsatkichlar tarkibini o'zgartiradi.

2. O'tkazilayotgan moliyaviy tahlil respublikada amalga oshirilayotgan iqtisodiy siyosatga bo'ysundirgan, respublikada ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotini shakllanishiga yordam berishi kerak.

3. Respublikada bozor munosabatlari tobora shakllanib borar ekan, moliyaviy tahlil usuli ham tobora takomillashib borishi lozim.

4. Respublikada bozor munosabatlari shakllanib borar ekan, korxonalararo raqobat munosabatlari ham rivojlanib boradi. Demak, moliyaviy tahlilda tahlil qilinayotgan korxonaning moliyaviy faoliyati boshqa korxonalar, ayniqsa, raqobatdagi korxonalar moliyaviy holati bilan hamma vaqt taqqoslanib turilishi lozim.

5. Albatta, moliyaviy tahlilning maqsadi korxonalarining moliyaviy faoliyatini yaxshilashdan iborat ekan, moliyaviy tahlil hamma vaqt, demak, kerakli tavsiya va takliflar bilan yakunlanishi maqsadga muvofiq.

6. Bozor munosabatlari shakllanishi davrida korxonalar va umuman xalq xo'jaligining boshqaruv tizimi yangidan barpo etilishi lozim. Moliyaviy tahlil korxonalarda boshqaruv tizimini takomillashtirishda asosiy qurollardan, omillardan biriga aylanishi kerak.

Kelgusi boblarda xorijiy mamlakatlarning moliyaviy tahlilini o'tkazish tajribasidan foydalanib, respublikada shakllanayotgan moliyaviy tahlil usuliga asoslanib, bozor munosabatlari davrida moliyaviy tahlil oldiga qo'yilgan vazifalarni e'tiborga olib, korxonalar moliyaviy faoliyatini kompleks ravishda tahlil etish usullari qurilgan.

Shu maqsadda moliyaviy tahlilni quyidagi bosqichlarda o'tkazish yoritiladi:

- korxonalarining moliyaviy faoliyatini umumiy baholash;
- korxonalarining moliyaviy mustahkamligi tahlili;
- buxgalteriya balansining likvidlik tahlili;
- aylanma mablag'larning aylanib turishi va korxonalarining moliyaviy holati;
- mahsulotlarning tannarxi va korxonalarining moliyaviy holati.

8.4. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy mustahkamligi hamda ular faoliyatining moliyaviy natijalari tahlili

Korxonalar moliyaviy holatini umumiy baholashdan keyingi moliyaviy tahlil bosqichi korxonalarining moliyaviy mustahkamligi tahlili

hisoblanadi. Moliyaviy mustahkamlikni tahlil qilishdan oldin moliyaviy mustahkamlikning mazmuni to'g'risida kelishib olishimiz lozim.

Iqtisodiy adabiyotda moliyaviy mustahkamlikka va balans likvidligiga bir xil ta'rif berishadi va aniqlanayotgan ko'rsatkichni yoki moliyaviy mustahkamlik yoki balans likvidligi, ya'ni korxonalarining olingan qarzlarni qaytarib berish qobiliyatiga egalik deb tushuniladi. Moliyaviy mustahkamlik va balans likvidligi — bu o'z mazmuniga ega bo'lgan ikki xil moliyaviy ko'rsatkichlar bo'lib, korxonalar moliyaviy faoliyatini har xil nuqtayi nazardan ifodalaydi.

Moliyaviy mustahkamlik ko'rsatkichi kompleks sifatidagi ko'rsatkich bo'lib, u:

- korxonalarining murakkab bozor munosabatlari davrida ishlab chiqarishni saqlanib qolish imkoniyatini;

- korxonalar mablag'laridan erkin ravishda foydalanish imkoniyati borligini;

- ishlab chiqarishni to'xtatmasdan, mahsulot sotish imkoniyati borligini;

- korxonalar faoliyatining umumiy mustahkamligini;

- korxonalar faoliyatiga turli boshqaruvlik qilinayotganligini;

- korxonalarda mavjud moliyaviy resurslarni bozor munosabatlarining talablariga javob berishligini;

- korxonalarining zaxira va xarajatlarga bo'lgan ehtiyojlarini qoplovchi manbalar borligi darajasini ko'rsatadi.

Demak, moliyaviy mustahkamlik korxonalar moliyaviy resurslarining shakllanishi va ulardan foydalanish bilan aniqlanadi. Moliyaviy mustahkamlikka korxonalarining butun xo'jalik ishlab chiqarish faoliyatining hamma yo'nalishlari ta'sir ko'rsatadi. Unga ham ichki, ham tashqi omillar, shart-sharoitlar ta'sir etadi.

Ichki omillar sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin: korxonada ishlab chiqarishning barqarorligi; ishlab chiqarishni tashkil qilish; ishlab chiqarishni boshqarish; korxonalar nizam fondining hajmi; korxonalar xarajat va daromadlarining nisbati; o'zlik mablag'larining manbalari va korxonalar majburiyatlarining nisbati; korxonalar aylanma mablag'lari tarkibi.

Korxonalar o'z faoliyatida boshqa korxonalar va tashkilotlar bilan iqtisodiy aloqalarda bo'lar ekan, korxonalar moliyaviy mustahkamligiga tashqi omillar ham ta'sir etadi, ular tarkibida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- korxonaning tovarlar bozoridagi holati;
- korxonaning eksport va import aloqalari;
- korxonaning boshqa korxonalar, ta'minlovchi va iste'molchi korxonalar bilan aloqalarda bo'lishi, ishga oid aktivligi;
- bank organlari, debitor va kreditorlar bilan aloqalar;
- respublikada amalga oshirilayotgan iqtisodiy siyosat, soliq, narx-navo va moliya, bank siyosati, texnika, texnologiya siyosati.

Shunday qilib, moliyaviy mustahkamlikka korxonada ichidagi va undan tashqaridagi vaziyat, omillar, shart-sharoitlar ta'sir ko'rsatadi ekan, lekin shu bilan birga moliyaviy mustahkamlik darajasi korxonalarining hozirgi va kelgusi faoliyatiga katta ta'sir ko'rsatadi. Masalan, moliyaviy mustahkamlikning darajasiga binoan korxonada quyidagi muammolar yechiladi: korxonada xodimlariga o'z vaqtida ish haqi to'lab turish; ta'minlovchi va iste'molchi korxonalar bilan iqtisodiy aloqalarni kerakli darajada olib borish; banklardan olingan kreditlarni o'z vaqtida qaytarib turish; davlat budjetiga tegishli soliq va to'lovlarni o'z vaqtida o'tkazib turish; boshqa korxonada va tashkilotlardan olingan qarzlarni o'z vaqtida qaytarib turish; korxonada xodimlarini moddiy rag'batlantirib borish; korxonada jamoasining sotsial rivojlanishini ta'minlash; korxonada texnikaviy darajasini ko'tarib turish.

Demak, moliyaviy mustahkamlik bir qancha omillar, shart-sharoitlar ta'sirining yakuni bo'lib, u o'z navbatida korxonada faoliyatining ko'p tomonlariga ta'sirini ko'rsatadi. Moliyaviy mustahkamlikni tahlil qilishni boshlamasdan oldin yana bir muammoni ko'rib chiqishimiz kerak.

Bu moliyaviy mustahkamlikning mazmuni shundan iboratki, moliyaviy mustahkamlikni o'lchash, baholash uchun foydalaniladigan ko'rsatkichlar tizimini chegaralab olish lozim.

V.G. Artemenko, M.V. Bellendirlarning fikricha moliyaviy mustahkamlik korxonada moliyaviy resurslarini shakllanish, taqsimlanish va foydalanish samaradorligini ifodalaydi.

Lekin ma'lumki, korxonalar moliyaviy resurslarining shakllanish, taqsimlanish va foydalanish samaradorligi ularning umuman moliyaviy holati bo'lsa, moliyaviy mustahkamligi korxonalar faoliyatining faqat bir shaklini, yo'nalishini ifodalaydi.

A.D. Sheremet, R.S. Sayfulinlarning fikricha moliyaviy mustahkamlik va to'lashga qodirlik bir mazmunga ega bo'lib, to'lashga qodirlik moliyaviy mustahkamlikning tashqi ko'rinishini ifodalaydi.

Xuddi shu fikrga A.N. Li va S.I. Shevchenkolar ham ega. Ular o'z maqolalarida moliyaviy mustahkamlik koeffitsiyentining tahlili to'g'risida to'xtalib, to'lashga qodirlik ko'rsatkichini tahlil etganlar.

Haqiqatda moliyaviy mustahkamlik va to'lashga qodirlik har xil mazmunga ega bo'lib, bu moliyaviy ko'rsatkichlar turli usulda aniqlanadi. Undan tashqari A.N. Li va S.I. Shevchenkolar moliyaviy mustahkamlikni moliyaviy barqarorlik deb qabul qilishgan. Bu ham noto'g'ri. Moliyaviy barqarorlik bu -- korxonalarining moliyaviy holatini zaruriy bir xil darajada turishini, pasaymasligini ifodalaydi.

Moliyaviy mustahkamlik to'g'risida gap borar ekan, yana ikkita narsaga e'tibor berish lozim. Bu moliyaviy mustahkamlikning mezon va moliyaviy mustahkamlikni ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimi. A.N. Li va S.I. Shevchenkolarining fikricha, moliyaviy mustahkamlik mezon aniqlanishi lozim va bu mezon sifatida korxonalarining bankrot bo'lishi ehtimolligining past darajasi tavsiya etiladi. Avvalambor moliyaviy mustahkamlik darajasiga binoan korxonalarining bankrot bo'lish ehtimolligi aniqlanmaydi.

Fikrimizcha, moliyaviy ko'rsatkichlarni, shu jumladan, moliyaviy mustahkamlik bo'yicha ham mezonlar emas, optimal yoki me'yoriy darajalari tasdiqlanishi kerak.

Iqtisodiy adabiyotda moliyaviy mustahkamlik darajasini o'lchash uchun har xil ko'rsatkich tizimlari tavsiya etiladi. A.N. Li va S.I. Shevchenkolar moliyaviy mustahkamlikni aniqlash uchun korxonalar kapitalining tarkibiy ko'rsatkichlari, V.G. Artemenko va M.V. Bellendirlar esa moliyaviy mustahkamlikni tahlil etishda nisbiy ko'rsatkichlar bilan birga mutlaq ko'rsatkichlardan ham foydalanishgan.

Moliyaviy mustahkamlik albatta, nisbiy ko'rsatkichlar, zaxiralar va xarajatlar hamda ularni qoplovchi manbalar nisbati bilan aniqlanishi lozim. Zaxira va xarajatlar bilan ularni qoplovchi manbalar o'rtasidagi farq — mutlaq ko'rsatkichlar moliyaviy mustahkamlikni ko'rsatmaydi. Ulardan faqat moliyaviy mustahkamlikni aniqlash uchun axborot bazasi sifatida foydalaniladi. Shunday qilib, iqtisodiy adabiyotda moliyaviy mustahkamlikni tahlil qilishda eng asosiy muammo, uning iqtisodiy mazmuni bo'yicha iqtisodchi olimlar o'rtasida hali kelishuv yo'q. Moliyaviy mustahkamlik ko'rsatkichlarini hisoblash uslubiyati bo'yicha ham iqtisodiy adabiyotda xatoliklarga yo'l quyishgan. Masalan A.N. Li va

S.I.Shevchenkolar tomonidan moliyaviy mustahkamlikning bir guruh ko'rsatkichlari quyidagicha aniqlanadi.¹

1. **Mulkiy mustaqillik** = $\frac{\text{Korxonaning kapitali}}{\text{Korxonada aktivlarining o'rtacha qiymati}}$ (avtonomiya) ko'effitsiyenti.

2. **Moliyaviy mustahkamlik** = $\frac{\text{Korxonada kapitali} + \text{uzoq muddatli majburiyatlar}}{\text{Korxonada aktivlarining o'rtacha qiymati}}$ ko'effitsiyenti.

3. **Moliyaviy ko'effitsiyenti** = $\frac{\text{Ichki kapital}}{\text{Korxonada aktivlarining o'rtacha qiymati}}$

Ma'lumki, dinamik ko'rsatkichlar ikki shaklda bo'lishi mumkin. Bu lahzalik (momentlik) dinamik ko'rsatkichlar va oraliq dinamik ko'rsatkichlar.

Lahzalik dinamik ko'rsatkichlar — aniq kunga keltirilgan ma'lumotlar, ya'ni har oy, har chorakni birinchi kuniga, yilni boshiga, oxiriga keltirilgan ma'lumotlar.

Oraliq dinamik ko'rsatkichlar - har bir davrga aniqlangan o'rtacha miqdor ma'lumotlar, ya'ni o'rtacha bir oyga, bir chorakka, bir yilga.

Hodisalarni miqdoriy ifodalash qonuniyatining talablaridan biri shundan iboratki, lahzalik dinamik ko'rsatkichlar asosan lahzalik dinamik ko'rsatkichlari bilan, oraliq dinamik ko'rsatkichlar intervallik ko'rsatkichlari bilan taqqoslanishi lozim. Ko'rinib turibdiki, yuqorida keltirilgan ko'rsatkichlarni aniqlash uslubi bu talabga javob bermaydi.

Ko'rsatkichlarning maxrajida korxonada aktivlarining o'rtacha qiymati keltirilgan, ya'ni oraliq dinamik ko'rsatkichlar. Bu ko'rsatkichlarning sur'atida esa, o'zlik kapitalning, uzoq muddatli majburiyatlar, ishchi kapitalning qoldiq summaları (davring boshiga yoki oxiriga), ya'ni lahzalik dinamik ko'rsatkichlar keltirilgan. Demak, foydalanilayotgan ko'rsatkichlar noto'g'ri hisoblangan. Pirovardida, moliyaviy mustahkamlik tahlilini boshlamasdan avval yana bir muammoni qurishga to'g'ri keladi. Bu — moliyaviy mustahkamlikni tahlil etishda foydalaniladigan

ko'rsatkichlar tizimidir. Bu borada ham mualliflarning tavsiyalari turlicha.

A.N.Li, S.I.Shevchenkolar quyidagi ko'rsatkichlar tizimini tavsiya etganlar:

- joriy likvidlik (qo'llash; muhitli likvidlik; mutlaq likvidlik; harakatchan likvidlik; ishchi kapitalning foydalanish samaradorligi; qarzdorlik dinamik omili; moliyaviy qaramlik: o'zlik-qaramlik; moliyaviy mustahkamlik; manyovrganlik; bankrotlik ko'effitsiyenti; asosiy vositalarni yangilash; qarzlarni ta'minlanish; kreditorlarni mudofalanganligi ko'effitsiyenti; debitorlik va kreditorlik qarzlarni o'rtasidagi nisbat; aylanma va aylanmadan tashqari mablag'lar o'rtasidagi nisbat.

Ko'rinib turibdiki, tavsiya qilingan ko'rsatkichlar tizimida moliyaviy mustahkamlik keng ravishda quriladi, moliya mustahkamligiga bog'liq bo'lmagan ko'rsatkichlar ham tavsiya etiladi.

A.D. Sheremet, R.S. Sayfullin «Bozor mustahkamligini baholash» sarlavhasi ostida moliyaviy mustahkamlikni tahlil qilish uchun quyidagi ko'rsatkichlar tizimini tavsiya etganlar: avtonomiya; o'z mablag'lari va qarzga olingan mablag'lar o'rtasidagi nisbat; harakatchan va noharakatchan mablag'lar o'rtasidagi nisbat; chaqqon harakat qilish; o'z mablag'lari bilan ta'minlanish; ishlab chiqarish mol-mulk; uzoq muddatga qarz olish; qisqa muddatga olingan qarzlarni; zaxiralarni va xarajatlarning shakllanish manbalari ko'effitsiyenti.

Bu mualliflar ham moliyaviy mustahkamlikni keng ravishda ifoda etganlar. V.G. Artemenko, M.V. Bellendir moliyaviy mustahkamlikni tahlil etish uchun quyidagi ko'rsatkichlardan foydalanishgan: o'z mablag'lari bilan ta'minlanish ko'effitsiyenti; moddiy zaxiralarni o'z mablag'lar bilan ta'minlanish ko'effitsiyenti; o'z kapitalining chaqqon harakat qilish ko'effitsiyenti; doimiy aktivlar indeksi; uzoq muddatga qarz olish ko'effitsiyenti; eskirish ko'effitsiyenti; kapitalning real qiymati ko'effitsiyenti; avtonomiya ko'effitsiyenti; o'zlik va qarzga olingan mablag'lar o'rtasidagi nisbat ko'effitsiyenti.

Bu tavsiya qilingan ko'rsatkichlar tizimida bevosita moliyaviy mustahkamlikni ifodalovchi ko'rsatkichlar kam bo'lib (bitta-ikkita), ular moliyaviy mustahkamlik darajasini tahlil etish imkoniyatini bermaydi.

I.T. Abdugarimov o'z monografiyasiga moliyaviy mustaqillikni tahlil qilish uchun quyidagi ko'rsatkichlardan foydalangan: avtonomiya;

¹ Akramov E.A. Korxonalarining moliyaviy holati tahlili: O'quv qo'llanma. – T., TDUU, 2008. –41 b.

moliyaviy mustahkamlik; moliyaviy qaramlik; o'z kapitalining chaqqonlik; qarzga olingan mablag'larni yiriklashtirish; qarzga olingan o'zlik kapitalar o'rtasidagi nisbat koeffitsiyenti.

Fikrimizcha bu ko'rsatkichlar tizimi ham moliyaviy mustahkamlikni har tomonlarna tahlil qilish imkoniyatiga ega emas.

Yuqorida keltirilgan mualliflarning tavsiyalarini tahlil qilish ba'zan quyidagi xulosalarga olib keldi:

Birinchidan, moliyaviy mustahkamlikni mazmuni mualliflar tomonidan har xil ifodalanyapti.

Ikkinchidan, moliyaviy mustahkamlik moliyaviy holatning boshqa yo'nalishlari, shakllari-moliyaviy barqarorlik, balans likvidligi bilan aralastirilib yuborilmoqda.

Uchinchidan, moliyaviy mustahkamlikni tahlil etish uchun har xil tizimdagi ko'rsatkichlar tavsiya etilmoqda va bu ko'rsatkichlar tarkibida moliyaviy mustahkamlikka aloqasi bo'lmagan ko'rsatkichlar tavsiya etilmoqda.

To'rtinchidan, tavsiya etilgan ko'rsatkichlar mualliflar tomonidan har xil usulda aniqlanadi va bu borada xatoliklarga ham yo'l qo'yilmoqda.

Beshinchidan, qurilgan tavsiyalarda moliyaviy mustahkamlik ko'rsatkichlari asosiy va qo'shimcha ko'rsatkichlarga bo'linmayapti.

Ma'lumki, moliyaviy mustahkamlik korxonalarda foydalanmayotgan ishlab chiqarish zaxiralari va xarajatlari yoki moddiy aylanna mablag'lar bilan ularni qoplovchi manbalar o'rtasidagi o'zaro nisbatni ta'riflaydi, baholaydi.

Moliyaviy mustahkamlikning har xil shakllarini, har tomonlarna tahlil etish uchun ikki guruh ko'rsatkichlardan foydalanish lozim, ya'ni:

1. Asosiy ko'rsatkichlar;
2. Qo'shimcha ko'rsatkichlar.

Asosiy ko'rsatkichlar.

Ma'lumki, moliyaviy mustahkamlik zaxira va xarajatlar, ularni qoplovchi manbalar o'rtasidagi nisbat bilan aniqlanadi. Bu manbalar uch xil bo'lishi mumkin.

1. O'zlik manbalari.

Korxonada moddiy mablag'larni qoplash uchun umumiy o'z manbalarining bir qismidan foydalanadi. Qolgan qismidan uzoq muddatli

aktivlarni qoplash uchun foydalaniladi. Demak, o'z manbalarini aniqlash uchun korxonaga umumiy o'z manbalaridan uzoq muddatli aktivlarning qiymatini ayirib tashlashi lozim.

Birinchi manbaning simvoli ye^s.

2. O'zlik manbalari va korxonaning uzoq muddatli majburiyatlari. Demak, o'z manbalariga korxonaning uzoq muddatli majburiyatlari qo'shiladi.

Ikkinchi manbaning simvoli ye^t.

3. Manbalarning hammasi, ya'ni o'z manbalari va korxonaning muddatli majburiyatlari.

Yuqorida ko'rilgan manbalar, ya'ni ye^s, ye^t va ye^E bilan avval balans shakli bo'yicha «Zaxiralar va xarajatlar», 2004 yilda kiritilgan balans shakli bo'yicha «tovar – moddiy zaxiralar» ya'ni moddiy aylanma mablag'lar bilan ularni qoplovchi manbalar o'rtasidagi nisbatga binoan moliyaviy mustahkamlik to'rt shaklda bo'lishi mumkin:

1. Mutlaq moliyaviy mustahkamlik;
2. Me'yoriy moliyaviy mustahkamlik;
3. Nome'yoriy moliyaviy mustahkamlik;
4. Inqirozga uchragan moliyaviy holat.

Mutlaq moliyaviy mustahkamlik deb shunday vaziyat tushuniladiki, korxonaning moddiy aylanma mablag'larga bo'lgan ehtiyoji o'zlik mablag'lar manbalari bilan to'liq qoplanadi va korxonaga yana uzoq va qisqa muddatli majburiyatlardan foydalanish imkoniyatiga ega. Demak, korxonaga o'z ehtiyojini qoplash bilan birga ortiqcha manbalarga ega, undan ishlab chiqarishni kengaytirish va boshqa ehtiyojlarga foydalanish mumkin. Xulosa: mutlaq moliyaviy mustahkamlik moliyaviy mustahkamlikning eng yuqori darajasi hisoblanadi.

Me'yoriy moliyaviy mustahkamlik shunday vaziyatki, korxonaning moddiy aylanma mablag'larga bo'lgan ehtiyojini qoplash uchun o'z mablag'lari manbalari yetishmaydi va shu sababli korxonaga uzoq-qisqa muddatli majburiyatlardan foydalanadi. Demak, korxonaning moddiy aylanma mablag'larga bo'lgan ehtiyoji bu manbalar bilan qoplangan, uning ko'p ortiqcha mablag'lari bo'lmastligi mumkin. Lekin korxonaga me'yoriy ravishda o'z faoliyatini davom ettirishi mumkin.

Nome'yoriy moliyaviy mustahkamlikda korxonaga og'ir ahvolga tushib qolgan hisoblanadi, korxonaning moddiy aylanma mablag'larga

bo'lgan ehtiyojini o'z mablag'lari manbalari va uzoq muddatli majburiyatlar qoplamaydi, qoplanmagan qismi faqat qisqa muddatga olingan majburiyatlar hisobidan qoplanadi. Bu majburiyatlarni tez fursatda qaytarish lozim. Agar korxonada o'z moliyaviy holatini yaxshilash uchun kerakli tadbirlarni amalga oshirmasa, u moliyaviy inqirozga duchor bo'lish arafasida bo'ladi.

Inqirozga uchragan moliyaviy holatda korxonaning zaxira va xarajatlarga bo'lgan ehtiyoji butun mavjud manbalardan foydalanilsa ham to'liq qoplanmaydi.

Yuqorida ko'rsatilgan moliyaviy mustahkamlikning shakllari har xil moliyaviy vaziyatlarda bo'lishi mumkin. Har bir shakl uch vaziyatga ega. Bu vaziyatlarni aniqlash uchun moliyaviy mustahkamlik shakllari bo'yicha yuqorida keltirilgan manbalar «tovar – moddiy zaxiralar» – TMZ bilan taqqoslanadi.

Endi shu vaziyatlarning shakllanishini ko'rib chiqamiz.

1. Mutlaq moliyaviy mustahkamlik.

Bu moliyaviy mustahkamlik bo'lishi uchun korxonaning moddiy aylanma mablag'lariga bo'lgan ehtiyoji bilan uni qoplovchi manbalar o'rtasidagi nisbat quyidagi moliyaviy vaziyatlar talablariga javob berishi lozim:

1. $(E^s : TMZ) \times 100 \geq 100\%$.
2. $(E^t : TMZ) \times 100 \geq 100\%$.
3. $(E^\Sigma : TMZ) \times 100 \geq 100\%$.

Keltirilgan moliyaviy vaziyatlar shuni ko'rsatadiki, korxonalar o'zining moddiy aylanma mablag'larga bo'lgan ehtiyojlarini ham o'z manbalari, ham korxonada majburiyatlari — uzoq va qisqa muddatga olingan qarzlilar bilan qoplashi mumkin.

Lekin yuqorida ifodalangan uchta manbalar bilan korxonaning moddiy aylanma mablag'lariga bo'lgan ehtiyoji o'rtasidagi nisbat hamma vaziyatlar bo'yicha 100 foizga barobar yoki undan ko'p bo'lishi lozim. Demak, moliyaviy mustahkamlik mutlaq darajada bo'lishi uchun korxonada ehtiyoji o'z manbalari bilan to'liq qoplanishi kerak. Korxonada shu vaziyatda ham tashqi majburiyat manbalaridan foydalanishi mumkin.

Ko'rinib turibdiki, korxonada o'zining moddiy aylanma mablag'lariga bo'lgan ehtiyojini to'liq qoplash bilan ortiqcha manbalarga ega bo'lib, undan ishlab chiqarishni kengaytirish va boshqa maqsadlarda foydalanishi mumkin.

Mutlaq moliyaviy mustahkamlik – moliyaviy mustahkamlikni eng yuqori darajasi, bozor munosabatlariga o‘tilayotgan murakkab, og‘ir shart-sharoitlarda ham mavjud.

2. Me‘yoriy moliyaviy mustahkamlik.

Bu moliyaviy mustahkamlik bo‘lishi uchun korxonaning moddiy aylanma mablag‘larga bo‘lgan ehtiyoji bilan uni qoplovchi manbalar o‘rtasidagi nisbat quyidagi moliyaviy vaziyatlar talablariga javob berishi lozim:

1. $(E^s : TMZ) \times 100 < 100\%$.
2. $(E^t : TMZ) \times 100 \geq 100\%$.
3. $(E^\Sigma : TMZ) \times 100 \geq 100\%$.

Ko‘rinib turibdiki, korxonaning moddiy aylanma mablag‘larga bo‘lgan ehtiyojini qoplash uchun korxonaning o‘zlik manbalari hamda uzoq muddatga olingan qarzlari yetishmaydi va korxonaga o‘z ehtiyojini qisqa muddatga olingan qarzlari hisobidan qoplaydi. Ma‘lumki, qisqa muddatli qarzlari bir yil muddatgacha olinadi, demak, ular yaqin fursatda qaytarilishi lozim.

Nome‘yoriy moliyaviy mustahkamlikka uchragan korxonalarni jonlantirish bo‘limiga tushib qolgan kasallar bilan taqqoslash mumkin. Bu korxonalarda moliyaviy holatni yaxshilash uchun kerakli tadbirlar amalga oshirilmasa, ularning faoliyati to‘xtab qolishi turgan gap.

Hayot shuni tasdiqlayaptiki, murakkab bozor munosabatlari davrida nome‘yoriy moliyaviy mustahkamlikka ega bo‘lgan korxonalar ko‘proq uchrab turibdi.

4. Inqirozga uchragan moliyaviy holat

1. $(E^s : TMZ) \times 100 < 100\%$.
2. $(E^t : TMZ) \times 100 < 100\%$.
3. $(E^\Sigma : TMZ) \times 100 < 100\%$.

Inqirozga uchragan moliyaviy holat shuni ko‘rsatadiki, na o‘zlik manbalari, na uzoq va qisqa muddatga olingan qarzlari korxonani moddiy aylanma mablag‘larga bo‘lgan ehtiyojini qoplamaydi. Demak, korxonaga o‘z faoliyatini mo‘tadil ravishda davom ettirmaydi. Korxonaga o‘z majburiyatlari qutilish imkoniyatiga ega emas. Bu sharoitda korxonaga kredit bergan banklar, korxonaning ta‘minlovchilari, kreditorlari uning ustidan xo‘jalik sudiga arizalar topshirib, korxonani bankrot deb e‘lon qilish iltimosini havola etishi mumkin.

Arizalar xo‘jalik sudi organlarida ko‘rib, natijalari ikki xil shaklda bayon qilinishi mumkin.

1. Inqirozga uchragan moliyaviy holatli korxonalar, agar o'ziga mablag'lar bilan yordam beruvchi korxonalar va tashkilotlarni, ya'ni homiylarni topsa yoki kerakli organlarning qarorlariga binoan bu korxonani ishlab chiqarish, moliyaviy holatini yaxshilash maqsadida tashqaridan boshqaruvchi tayinlangan taqdirda, xo'jalik sudi organlari bu korxonani sanoatda 1,5, qishloq xo'jaligida bo'lsa, 2 yil muddatgacha sanatsiyaga o'tkazishi mumkin.

Bu muhlat tamom bo'lishi bilan xo'jalik sudi organlari masalaga yana qaytib, korxonaning moliyaviy holati yaxshilangan bo'lsa, uni ro'yxatdan o'chiradi, biroq korxonaning moliyaviy holati yaxshilangan bo'lmasa, uni bankrot deb e'lon qiladi, mol-mulki kim oshdi savdosida sotilib, korxonalar qarzlari egalari qaytarib beriladi.

2. Inqirozga uchragan moliyaviy holatli korxonalar kerakli homiylarni topa olmasa, unga tashqaridan boshqaruvchi tayinlanmasa, korxonalar xo'jalik sudi organlarning qaroriga binoan bankrot deb e'lon qilinadi va mol-mulki kim oshdi savdosida sotiladi.

Respublikada bankrot deb e'lon qilingan korxonalar va tashkilotlar kam emas. 1999 yili bunday korxonalar va tashkilotlarni soni 969 ni tashkil etgan. Shunday qilib, moliyaviy mustahkamlikni shakllanishi moliyaviy vaziyatlari umuman quyidagicha bo'ladi:

1. Mutlaq moliyaviy mustahkamlik:

1. $(E^s : TMZ) \times 100 \geq 100\%$.

2. $(E^t : TMZ) \times 100 \geq 100\%$.

3. $(E^\Sigma : TMZ) \times 100 \geq 100\%$.

2. Me'yoriy moliyaviy mustahkamlik:

1. $(E^s : TMZ) \times 100 < 100\%$.

2. $(E^t : TMZ) \times 100 \geq 100\%$.

3. $(E^\Sigma : TMZ) \times 100 \geq 100\%$.

3. Nome'yoriy moliyaviy mustahkamlik:

1. $(E^s : TMZ) \times 100 < 100\%$.

2. $(E^t : TMZ) \times 100 < 100\%$.

3. $(E^\Sigma : TMZ) \times 100 \geq 100\%$.

4. Inqirozga uchragan moliyaviy holat:

1. $(E^s : TMZ) \times 100 < 100\%$.

2. $(E^t : TMZ) \times 100 < 100\%$.

3. $(E^\Sigma : TMZ) \times 100 < 100\%$.

Yuqorida ko‘rilgan moliyaviy mustahkamlik ko‘rsatkichi, uning to‘rt turdagi shakllari asosiy ko‘rsatkich bo‘lib, iqtisodiy adabiyotda moliyaviy mustahkamlikni tahlil etish uchun bir qancha boshqa ko‘rsatkichlar ham tavsiya etilgan. Fikrimizcha ularni ko‘rsatkichlar sifatida qabul qilish maqsadga muvofiq.

Fikrimizcha, shunday ko‘rsatkichlar sifatida quyidagi moliyaviy koeffitsiyentlardan foydalanish maqsadga muvofiq; aylanma mablag‘larni o‘z manbalar bilan ta‘minlanganlik; majburiyat va o‘zlik manbalarning nisbat; moliyaviy qaramlik; o‘zlik kapitalning chaqqonlik; moliyalashtirish; kapitalni qarzga olish koeffitsiyentlari.

Bu qo‘shimcha moliyaviy mustahkamlik ko‘rsatkichlarini aniqlash uslubi quyidagicha (yangi balans shakli bo‘yicha):

1. Aylanma mablag‘larni o‘z manbalari bilan ta‘minlanganlik koeffitsiyenti:

1.
$$\frac{\text{O'z mablag'larining manbalari} - \text{Uzoq muddatli aktivlar}}{\text{Joriy aktivlar}}$$
2.
$$\frac{\text{Uzoq muddatli majburiyatlar} + \text{Joriy majburiyatlar}}{\text{O'z mablag'larining manbalari}}$$
3.
$$\frac{\text{Balans valutasi}}{\text{O'z mablag'larining manbalari}}$$
4.
$$\frac{\text{O'z mablag'larining manbalari} - \text{Uzoq muddatli aktivlar}}{\text{O'z mablag'larining manbalari}}$$
5.
$$\frac{\text{O'z mablag'larining manbalari}}{\text{Uzoq muddatli majburiyatlar} + \text{Joriy majburiyatlar}}$$
6.
$$\frac{\text{Uzoq muddatli majburiyatlar} + \text{Joriy majburiyatlar}}{\text{Balans valutasi}}$$

Bu koeffitsiyentlardan har biri o‘z mazmuniga ega, moliyaviy mustahkamlikni alohida tomonlarini ifodalaydi va ular amaliyotda keng

foydalaniladi. Ularni moliyaviy mustahkamlikni tahlil qilishdagi ahamiyatini ko'zda tutib, iqtisodiy adabiyotda, moliyaviy tahlilda foydalanish uchun bu koeffitsiyentlarning me'yoriy, optimal darajalari shakllangan. Ular quyidagilardan iborat:

1. Aylanma mablag'larni o'z manbalari bilan ta'minlanganlik koeffitsiyenti	$\geq 1,0$ yoki 100 foiz, yoki undan yuqori
2. Majburiyat va o'z manbalari nisbat koeffitsiyenti	$\geq 1,0$ yoki 100 foiz, yoki undan yuqori
3. Moliyaviy qaramlik koeffitsiyenti	$\geq 2,0$ yoki 200 foiz, yoki undan yuqori
4. O'z kapitalining chaqqonlik koeffitsiyenti	$\geq 0,5$ yoki 50 foiz, yoki undan yuqori
5. Moliyalashtirish koeffitsiyenti	$\geq 1,0$ yoki 100 foiz, yoki undan yuqori
6. Kapitalni qarzga olish koeffitsiyenti	$\geq 0,5$ yoki 50 foiz, yoki undan yuqori

Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlari faoliyatining moliyaviy natijalari tahlili.

Moliyaviy holatini alohida tomonlari va yo'nalishlarini tahlil qilish masalalari avvallroq keltirilgan mavzuda ko'rib chiqilgan edi. Moliyaviy tahlilning yakuniy bosqichi bo'lib, korxonalar faoliyatining moliyaviy yakunlari tahlili hisoblanadi. Korxonalar faoliyatining moliyaviy yakunlari foyda va rentabellik ko'rsatkichlari hisoblanadi.

Foyda ijtimoiy ishlab chiqarish hamma bosqichlarining iqtisodiy toifasidir.

Qayerda ijtimoiy ishlab chiqarish barpo etilgan bo'lsa, unda qatnashuvchilarning mehnati ikkiga bo'linadi – birinchi qismi ishlab chiqarish qatnashchilarini shaxsiy ehtiyojlarini ta'minlash, qoplash uchun foydalaniladi, ikkinchi qismi esa mulkdorlarni, davlat va ijtimoiy ehtiyojlarni qoplashga safarbar etiladi.

Foyda iqtisodiy kategoriya va moliyaviy yakun sifatida o'zining eng yuqori ahamiyatiga bozor munosabatlari, bozor iqtisodiyoti davrida

ko'tariladi. Foydani barpo etish, uni realizatsiya qilish bu kengaytirilgan qayta ishlab chiqarishni, qiymat qonunini va xo'jalik yuritish usuli sifatida foydalanadigan xo'jalik hisobotining obyektiv talabidir.

Kengaytirilgan qayta ishlab chiqarish ishlab chiqarishning doimo kengayishini, uning texnikaviy darajasini muntazam ko'tarib turishni talab etadi. Buning uchun ishlab chiqarishda hamma vaqt foydaga erishilishi, realizatsiya qilinishi va undan ishlab chiqarish ehtiyojlari uchun foydalanish lozim.

Qiymat qonuni alohida korxonalarda mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan xarajatlar – ijtimoiy-zaruriy xarajatlar darajasida yoki undan kam bo'lishini talab etadi. Bu talabni amalga oshirish uchun korxonalar foydaga ega bo'ladilar va ularning rentabellik darajasi o'rtacha yoki undan yuqori bo'lishi kerak.

Ma'lumki, xo'jalik hisobining asosiy talabi – korxonalar faoliyati rentabelli bo'lishi, ya'ni korxonalar o'z faoliyatini foyda olish bilan yakunlashlaridir. Foyda – mutlaq ko'rsatkich bo'lib, u korxonalar faoliyati samarasini ifodalaydi. Foyda korxonalar faoliyatining har xil yo'nalishlarini moliyaviy yakunidir. Shu sababli foyda turli shaklda bo'lishi mumkin.

Sof foyda – korxonalarining o'zida qoladigan daromad bo'lib, u korxonalarining ehtiyojlari uchun foydalanadigan daromadlardir. Yuqorida ko'rilgan korxonalarining foyda shakllari moliyaviy holami tahlil qilishda katta ahamiyatga ega, lekin yana bir tahlilni o'tkazish zarur, ya'ni bu omilli tahlil.

Omilli tahlilning murakkab emasligi quyidagi jadval materiallaridan ko'rinib turibdi:

Omllarning sotilgan mahsulotlardan olingan foydaga ta'sirini aniqlash uslubiyati (ming so'm)

N	Ma'lumotlar bazasi	Ma'lumotlar	Hisob-kitob usuli	Natija
1	2	3	4	5
1	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar, joriy narxlarda ($\sum K_1 S_1$)	40000	-	-
2	Joriy davrda sotilgan mahsulotlarning joriy tannarxi ($\sum K_1 C_1$)	30000	-	-
3	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr narxlarida ($\sum K_1 S_0$)	35000	-	-
4	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannarxida ($\sum K_1 C_0$)	33000	-	-
5	O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr narxlarida ($\sum K_0 S_0$)	25000	-	-
6	O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannarxida ($\sum K_0 C_0$)	20000	-	-
7	O'tgan davrda rentabellik koeffitsiyenti (R_0).	-	$\frac{25000 - 20000}{20000}$	0,25 yoki 25 %
Omillar ta'sirining hisob-kitobi				
1	Sotilgan mahsulotlardan olingan foydaning umumiy dinamikasi, umumiy indeks	-	$\frac{40000 - 30000}{25000 - 20000}$	Foydaning o'sishi 5 ming so'm dinamikasi 200 %

186-betdagi jadvalning davomi

2	Mahsulot hajmining o'zgarishi ta'siri, mahsulot hajmi indeksi	-	$\frac{33000 \times 0,25}{25000 - 20000}$	Foydaning o'sishi 3,25 ming so'm, dinamikasi 165 %
3	Mahsulot tannarxining o'zgarishi ta'siri, tannarx indeksi	-	$\frac{40000 - 30000}{40000 - 33000}$	Foydaning o'sishi 3,0 ming so'm, dinamikasi 143 %
4	Mahsulotlarga qo'yilgan narxlarning o'zgarishi ta'siri, narx indeksi	-	$\frac{40000 - 33000}{35000 - 33000}$	Foydaning o'sishi 5,0 ming so'm, dinamikasi 350 %
5	Mahsulotning tarkibiy o'zgarishi ta'siri, assortiment indeksi	-	$\frac{35000 - 33000}{33000 \times 0,25}$	Foydaning kamayishi 6,25 ming so'm, dinamikasi 24%

Ko'rinib turibdiki, joriy davrda o'tgan davrga nisbatan korxonada sotilgan mahsulotlardan olingan foyda ikki marotaba ko'paydi - 5 ming so'mdan 10 ming so'mga yetdi. Demak, o'sish hajmi 5 ming so'mni tashkil qildi.

Bu o'sish quyidagi omillarning ta'siridir:

- mahsulot hajmi + 3,25 ming so'm yoki 165 %;
- mahsulot tannarxi + 3,0 ming so'm yoki 143 %;
- mahsulot narxlarida + 5,0 ming so'm yoki 350 %;
- mahsulot tarkibi - 6,25 ming so'm yoki 24 %

Jami o'sish + 5,0 ming so'm yoki 200 %.

Yoki omil indekslarini ko'paytmasi umumiy foyda dinamikasi indeksga barobar,

$$\frac{165}{100} \frac{143}{100} \frac{350}{100} \frac{24}{100} = 200\%$$

Demak, korxonalar faoliyatida sotilgan-mahsulotlardan olinadigan foydani 2 marta ko'paytirishda — sotilgan mahsulotlarning ko'payishi, ularning tannarxini kamayishi, mahsulotlarga qo'yilgan narxlarni oshirilishi ijobiy ahamiyatga ega bo'ladi. lekin mahsulotlarning tarkibiy o'zgarishi foyda ko'rishda salbiy bo'lgan.

Bir xil sabablarga ko'ra, joriy davrda o'tgan davrga nisbatan ko'p foyda keltiradigan mahsulotlar kam ishlab chiqarilgan, sotilgan, ularning salmog'i butun sotilgan mahsulotlar tarkibida qisqartirilgan, natijada sotilgan mahsulotlardan olinadigan foyda 6,25 ming so'mga kamaygan.

Shunday qilib, korxonalar foydasini tahlil qilish katta ahamiyatga ega bo'lib, korxonalar faoliyati moliyaviy yakunlarining birinchi, oldingi bosqichi bo'lib hisoblanadi. Korxonalar faoliyatining moliyaviy yakunlari tahlili rentabellik ko'rsatkichlari tahlili bilan yakunlanadi.

8.5. Korxonalar rentabelligi tahlili

Korxonaning rentabelligi nisbiy ko'rsatkich bo'lib, korxonalar faoliyati samaradorlik darajasini ifodalaydi. Demak, korxonalar faoliyatini baholashda asosiy, sifatli ko'rsatkichlardan biri bo'lib hisoblanadi. Rentabellik darajasi korxonalar faoliyatida bajarishayotgan vazifalarni oldindan aniqlaydi. Bunday vazifalar bo'lib quyidagilar hisoblanadi.

1. Rentabellik ko'rsatkichi korxonalar faoliyatiga sarflangan sarmoyalarni o'zini o'zi qoplashini aniqlaydi. Sobiq Ittifoq davrida xalqxo'jalik miqyosida o'rtacha o'zini o'zi qoplash muddati sifatida 7-9 yil qabul qilingan edi. Demak, korxonalar o'zini o'zi qoplash uchun ularning faoliyatida rentabellik 12-14 % dan kam bo'lmash kerak.

2. Hozirgi paytda hamma korxonalar faoliyatida kengaytirilgan qayta ishlab chiqarish amalga oshirilishi, moliyalashtirish imkoniyatlariga ega bo'lishlari kerak, ya'ni olingan foyda hisobidan ishlab chiqarishni kengaytirib, uning texnikaviy darajasini ko'tarib borish lozim. Buning uchun, ya'ni o'zini o'zi moliyalashtirish uchun, korxonalar rentabellik darajasi 20-25 % dan kam bo'lishi kerak emas.

3. Ma'lumki, korxonalar o'zlarining mablag'larga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish uchun o'z manbalaridan, ya'ni korxonalar tegishli manbalardan hamda tashqaridan olinadigan uzoq va qisqa muddatli qarzlardan foydalanishi mumkin. Lekin, bu qarzlarni o'z

vaqtida qaytarib berish kerak. Buning uchun ham korxonalar rentabelligi kerakli darajada bo'lishi lozim.

4. Respublikada ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyoti ko'rilyapti. Buning uchun respublikada kuchli ijtimoiy siyosat amalga oshirilyapti. Bu siyosat ham xalq xo'jaligida, ham alohida korxonalar miqyosida o'tkazilyapti. Korxonalarda bu masalani yechish uchun ular kerakli darajada rentabellikka ega bo'lishlari lozim.

Shunday qilib, rentabellik katta ahamiyatga ega bo'lib, uni tahlil etish moliyaviy tahlilda o'z o'zini topishi lozim.

Rentabellik ko'rsatkichlarini tahlil qilishdan oldin ikki narsani aniqlab olish lozim:

Birinchidan, rentabellik qanday shakllarda bo'lishi mumkin?

Ikkinchidan, rentabellik nisbiy ko'rsatkich ekan, uning darajasi qanday aniqlanishi, nimaga nisbat hisoblanishi lozim?

Avvalambor shuni ta'kidlash kerakki, rentabellik iqtisodiy toifa, atama bo'lib, sotsializm bilan bog'liq sobiq sotsialistik korxonalar samaradorligini o'lchash uchun o'ylab chiqilgan va shakllantirilgan. Sho'ro davrida korxonalar rentabellik ko'rsatkichi kapitalizm tizimiga taalluqli foyda me'yoriga qarshi, uning o'miga o'ylab chiqilgan.

Ma'lumki, kapitalizm davrida foyda me'yori ikki shaklda aniqlangan:

- kapitalistik foydani kapitalistik ishlab chiqarish joriy xarajatlarga bo'lish yo'li bilan, bizning terminologiyamiz bo'yicha bu foydani sotilgan mahsulotlarning tannarxiga bo'lish bilan;

- kapitalistik foydani kapitalistik korxonalarda avanslashtirilgan fondlarga — doimiy kapitalga, bizning terminlarimiz bo'yicha ishlab chiqish asosiy va aylanma fondlarga va o'zgaruvchan kapitalga, bizning terminologiyamiz bo'yicha ish haqiga sarflangan kapitalmablag'larga bo'lish yo'li bilan aniqlangan.

Respublika bozor munosabatlariga o'tar ekan, korxonalar moliyaviy holatini baholashda yuqorida ko'rsatilgan foyda me'yori ko'rsatkichlariga o'tishi kerak edi, lekin bozor munosabatlariga o'tish davrida rentabellik ko'rsatkichlari saqlab qolinmoqda. Rentabellik ko'p qirrali, murakkab iqtisodiy ko'rsatkich bo'lib, u o'z shakllanish ta'rifiga ega.

Sho'ro davrining birinchi yillarida sotsializm tizimiga moslashtirilgan butun iqtisodiy muammolar, ko'rsatkichlar shakllana boshladi,

jumladan, rentabellik ko'rsatkichi ham. Sho'ro davrida faoliyat kechirayotgan, yangidan tashkil qilinayotgan korxonalar ishiga baho berib, trotskiychilar foyda keltirmayotgan, demak, davlat budjetiga hech narsa o'tkazmayotgan korxonalarini yopishni, tugatishni talab qildilar. Bunga qarshi sotsializm tizimiga moslashgan rentabellik ko'rsatkichni asoslash lozim edi. Shu maqsadda sotsializm tizimi davrida 1928 yildan boshlab, korxonalarining rentabelligi ikki shaklda ifodalanishi tasdiqlangan: **joriy rentabellik** va **xalq xo'jaligi rentabelligi**.

Joriy rentabellik foyda bilan bog'liq bo'lib, u korxonalar foyda ko'rsa, demak, ularda joriy rentabellik mavjud. Joriy rentabellikda korxonalar faoliyati pul jang'armalarini ishlab chiqarish, foyda keltirish nuqtayi nazaridan baholanadi. Korxonalarda foyda bo'lmasa, joriy rentabellik yo'q, demakdir.

Lekin foyda keltirmaydigan korxonalar xalq xo'jaligiga, aholiga kerakli mahsulotlar ishlab chiqarishi mumkin. Bu vaziyat e'tiborga olingan holda xalq xo'jaligi rentabelligi aniqlangan. Xalq xo'jaligi rentabelligi – korxonalar faoliyatini xalq xo'jalik nuqtayi nazaridan baholashdir. Korxonalar foyda keltirmasa ham, agarda ular xalq xo'jaligi, aholi ehtiyojlarini ta'minlayotgan bo'lsa, bu korxonalar joriy rentabellikka ega emas, lekin xalq xo'jaligi rentabelligiga ega.

Joriy va xalq xo'jaligi rentabelliklarining tasdiqlanishi, qabul qilinishi, mamlakatda budjet ehtiyojlari nuqtayi nazaridan zarar keltiruvchi, lekin xalq xo'jaligini rivojlantirishda katta ahamiyatga ega bo'lgan korxonalarni saqlab qolish imkoniyatini berdi. Rentabellik nazariyasi, amaliyoti yanada takomillasha bordi.

Birinchi rentabellik shakli joriy rentabellik deyilsa, ikkinchi shaklini istiqbollik rentabellik deb atash kerak edi. Bu holatda hozir joriy rentabellikka ega bo'lmagan korxonalarni kelgusida bu rentabellikka yetishishi hisob-kitob qilinsa, unda istiqbol rentabelligi kelib chiqishi mumkin edi. Bajarilgan ilmiy tadqiqot ishlari natijasida joriy va xalq xo'jaligi rentabellik shakllari o'miga biznesning ilmiy tadqiqotlarimizda 1955-1956 yillarda **xo'jalik hisobi** va **xalq xo'jaligi rentabelligi** tavsiya etildi.

Xo'jalik hisobi rentabelligi xo'jalik yuritish uslubi sifatida qabul qilingan xo'jalik hisobi bilan bog'liq. Ma'lumki, xo'jalik hisobining eng asosiy talabi - korxonalar faoliyatida foyda keltirish, rentabellik faoliyatini ta'minlashdan iborat.

Demak, xo'jalik hisobi rentabelligi bu korxonalar faoliyatini xo'jalik hisobi talablari nuqtayi nazardan baholash, xalq xo'jaligi rentabelligi – korxonalar faoliyatini xalq xo'jaligi ehtiyojlarini qondirish, ta'minlash nuqtayi nazaridan baholashdir.

60-yillardan boshlab iqtisodiy adabiyot va amaliyotda joriy rentabellik atamasi kam ishlatilib, keyinchalik umuman ishlatilmay qo'ydi, uning o'miga xo'jalik hisobi rentabelligi iborasi ishlatilyapti. Xalq xo'jaligi rentabelligi hozirgi paytda ham o'z kuchini, ahamiyatini yo'qotgani yo'q.

1965-yili qabul qilingan, amalga oshirilgan xo'jalik islohoti ~ «Yangi rejalashtirish va iqtisodiy rag'batlantirish tizimi» xo'jalik hisobi rentabelligi ko'rsatkichlarini yanada takomillashtirdi, umumiy va hisob-kitob rentabelligi ko'rsatkichlari tavsiya etildi. Umumiy rentabellik korxonalar faoliyatining moliyaviy holatini baholash uchun foydalanilib, bu ko'rsatkich korxonaga foydasini, uning ishlab chiqish fondlariga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi. Hisob-kitob rentabelligi 1965-yil xo'jalik islohoti tomonidan tasdiqlangan uchta rag'batlantirish fondlarini shakllantirish: ishlab chiqarishni rivojlantirish, korxonani ijtimoiy rivojlantirish va moddiy rag'batlantirish fondlariga mablag' ajratish bazasi sifatida qabul qilishi.

Bu rentabellik ko'rsatkichini aniqlash uchun korxonaning umumiy foydasidan fondlar uchun to'lovlarni, bank kreditlari uchun to'langan foizlarni, qayd qilingan to'lovlarni to'lab, qolgan korxonaga foydasini ishlab chiqish fondlariga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi.

Shunday qilib, rentabellik ko'rsatkichining mohiyati va shakllari yillar davomida o'zgarib, takomillasha bordi. Rentabellik nisbiy ko'rsatkich ekan, uning darajasini aniqlash ham katta ahamiyatga ega.

1965-yilgacha mamlakatda barcha korxonalar rentabelligi quyidagicha aniqlangan:

Korxonaga foydasi
Sotilgan mahsulotning
tannarxi

Ko'rinib turibdiki, u paytda qabul qilingan rentabellik ko'rsatkichi korxonaning joriy xarajatlari samaradorligini ifodalagan, chunki-

rentabellik foydani sotilgan mahsulotlarni tannarxiga bo'lish yo'li bilan aniqlangan.

Rejalashtirish tizimida mahsulotlarga narx-navolar, asosan, davlat tomonidan tasdiqlangan, davlat tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning assortimenti ham tasdiqlanar edi. Demak, korxonalar narx-navo va mahsulot assortimentini o'zgartirib, ular hisobidan foydani ko'paytirish imkoniyatiga ega emas edilar. Korxonalar olinadigan foydaning sotiladigan mahsulotlar hajmini ko'paytirish va bu mahsulotlarning tannarxini pasaytirish yo'li bilan ko'paytirardi.

Ma'lumki, rentabellik darajasiga har xil omillar ta'sir ko'rsatadi: texnikaviy, texnologik, ijtimoiy-iqtisodiy, tashkiliy, ichki va tashqi omillar va hokazo. Korxonalar ulardan keng foydalanib, ularni safarbar etishardi.

Lekin qabul qilingan rentabellikni aniqlash usuli korxonalarni joriy xarajatlarini pasaytirishga safarbar etib, ishlab chiqarish fondlaridan samarali foydalanishni rag'batlantirmas edi. Natijada korxonalarda milliard-milliard so'mlik asosiy va aylanma fondlar ishlab chiqarishga kiritilmasdan, ishlatilmasdan yotardi. Qabul qilingan xo'jalik yuritish usullari korxonalarni ulardan oqilona foydalanishga safarbar etmasdi.

1965-yili qabul qilingan xo'jalik islohoti ishlab chiqarishda asosiy va aylanma fondlardan samarali foydalanish vazifasini ikki yo'nalishda yechadi.

Birinchidan, korxonalar va tashkilotlarga ortiqcha, kerak bo'lmagan moddiy resurslarni sotish huquqini berdi.

Ikkinchidan, rentabellik ko'rsatkichini hisoblash usulini takomillash-tirib, rentabellikni aniqlash orqali korxonalarining asosiy va aylanma mablag'lardan samarali foydalanishini rag'batlantirdi.

1965-yildan boshlab korxonalar va tashkilotlarning rentabellik darajasi quyidagi yo'li bilan hisoblanadigan bo'ldi:

$$\frac{\text{Korxonalar foydasi}}{\text{Ishlab chiqarishning asosiy va me'yorlashtirilgan aylanma mablag'larining o'rtacha qiymati}}$$

Tavsiya etilgan yangi rentabellik ko'rsatkichi ilgari foydalanilgan rentabellik ko'rsatkichini inkor qilmaydi. Bu ko'rsatkichlar bir-birini

boyitadi, bir-birini to'ldiradi shu sababli amaliyotda ham eski, ham yangi rentabellik ko'rsatkichlardan foydalanilmoqda, chunki ular mustaqil iqtisodiy ko'rsatkichlar bo'lib, ilgari foydalanilgan ko'rsatkichlar korxonalarining joriy xarajatlari samaradorligini ifodalasa, yangi rentabellik ko'rsatkichi korxonalarining ishlab chiqish asosiy va aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligini ifodalaydi.

Rentabellik ko'rsatkichi korxonalar faoliyatining asosiy moliyaviy natijasi hisoblanar ekan, uni tahlil etishga korxonalarining moliyaviy holati tahlilida kerakli o'rin ajratish lozim. Shu munosabat bilan savol tug'iladi, bozor munosabatlari sharoitlarida rentabellik darajasi qanday aniqlanishi kerak va rentabellikni o'lchash uchun qanday ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish maqsadga muvofiq?

Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining hozirgi davrda professori, iqtisod fanlari doktori M. Tulaxo'jayeva xorijiy mamlakatlar tajribasidan foydalanib, rentabellikni tahlil etish uchun quyidagi ko'rsatkichlarni tavsiya etgan.

$$\text{Hamma aktivlarning rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Balans valutasining o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Mahsulot sotish rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Mahsulot sotishdan tushum}}$$

$$\text{Korxonaga tegishli kapitalning rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Bitta aksiyaning rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Muomaladagi aksiyalar soni}}$$

Respublika iqtisodchilaridan A.N. Li S.I. Shevchenko quyidagi rentabellik koeffitsiyentlarini tavsiya qilganlar:

$$\text{Aktivlar rentabelligi} = \frac{\text{Operatsiya yoki sof foyda}}{\text{Aktivlarning o'rtacha yillik qiymati}}$$

$$\text{Mahsulot sotish rentabelligi} = \frac{\text{Yalpi yoki sof foyda}}{\text{Mahsulot sotishdan sof tushum}}$$

$$\text{Korxonaga tegishli kapital rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Qarzga olingan kapitalning foydalanish samaradorligi} = \frac{\text{Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi}}{\text{Qarzga olingan mablag'larning o'rtacha foiz stavkasi}}$$

$$\text{Mahsulot rentabelligi darajasi} = \frac{\text{Yalpi yoki sof foyda}}{\text{Sotilgan mahsulot tannarxi}}$$

$$\text{Moddiy ishlab chiqarish zaxiralarining birikish koeffitsiyenti} = \frac{\text{Moddiy ishlab chiqarish zaxiralari}}{\text{Mahsulot sotishdan sof tushum}}$$

$$\text{Bitta aktsiyaning foydaliligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Muomaladagi aksiyalar soni}}$$

$$\text{Fond sig'imi koeffitsiyenti} = \frac{\text{Asosiy fondlarning o'rtacha yillik qiymati}}{\text{Mahsulotlar sotishdan sof tushum}}$$

$$\text{Kumulyativ foyda koeffitsiyenti} = \frac{\text{Taqsimlangan foyda}}{\text{Aktivlarning o'rtacha yillik qiymati}}$$

O.R. Yefimova quyidagi rentabellik ko'rsatkichlaridan foydalangan:

$$\text{Aktivlar rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Balans valutasining o'rtacha yillik qiymati}}$$

$$\text{Joriy aktivlar rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Joriy aktivlarning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Investitsiya rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning umumiy foydasi}}{\text{Asosiy mablag'lar, aylanmadan tashqari aktivlar, uzoq muddatli qarzlarni o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Sotuv rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Sotilgan mahsulotlardan tushum}}$$

A.D. Sheremet va R.S. Sayfulin Rentabellikni tahlil qilish uchun quyidagi rentabellik koeffitsiyentlarni tavsiya etishgan:

$$\text{Sotuv rentabelligi} = \frac{\text{Mahsulot sotishdan foyda}}{\text{Sotilgan mahsulotdan tushum}}$$

$$\text{Jami kapitalning rentabelligi} = \frac{\text{Korxonalar balans bo'yicha foyda}}{\text{Balans valutasining o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Asosiy vositalar va aylanmadan tashqari aktivlar rentabelligi} = \frac{\text{Korxonalar balans bo'yicha sof foyda}}{\text{Asosiy vositalar va aylanmadan tashqari aktivlarning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Permanent kapitali rentabelligi} = \frac{\text{Korxonalar balans bo'yicha sof foyda}}{\text{Korxonaga tegishli kapital va uzoq muddatga solingan qarzlarni kreditlarning o'rtacha qiymati}}$$

V.G. Artemenko va M.V. Bellendirlar quyidagi rentabellik ko'rsatkichlardan foydalanishgan.

$$\text{Mol-mulk rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Balans valutasining o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Joriy aktivlar rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Joriy aktivlarning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Investitsiya rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning yalpi foydasi}}{\text{Korxonaning tegishli kapitali va uzoq muddatga olingan qarzlarning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Korxonaga tegishli kapital rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Korxonaning tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Asosiy faoliyat rentabelligi} = \frac{\text{Mahsulot sotishdan foyda}}{\text{Mahsulot ishlab chiqarishga ketgan xarajatlar}}$$

$$\text{Ishlab chiqarish fondlar rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning yalpi foydasi}}{\text{Ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha qiymati}}$$

Korxonalar bankrotligi va sanatsiyasi masalalari bo'yicha O'zbekiston Respublikasi hukumat hay'ati tomonidan 1997-yil 17-aprelda qabul qilingan «Moliya tahlili bo'yicha uslubiy tavsiyalarda» quyidagi rentabellik ko'rsatkichlari foydalanilgan:

$$\text{Mahsulot sotish rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Sotilgan mahsulotdan foyda}}{\text{Sotilgan mahsulotdan tushum}}$$

$$\text{Asosiy vositalar rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Asosiy vositalarning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Korxonaga tegishli kapitalning rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Permanent kapitalning rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Korxonaga qarashli kapitalning hamda uzoq olingan qarzlarning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Kapitalning umumiy aylanish rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Sotilgan mahsulotdan tushum}}{\text{Balans valutasining o'rtacha qiymati}}$$

O'zbekiston Respublikasi korxonalarini iqtisodiy nomutanosiblik ishlari bo'yicha Qo'mitasi tomonidan 1997-yil 10-dekabrda qabul qilingan «Qishloq xo'jalik korxonalarining moliyaviy tahlili bo'yicha uslubiy tavsiyalar» va «Qishloq xo'jalik korxonalarini iqtisodiy nomutanosib deb hisoblashning vaqtincha tartibi»da rentabellik darajasini o'lchash uchun quyidagi ko'rsatkichlar tavsiya etilgan:

$$\text{Mahsulot rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Mahsulot sotishdan foyda}}{\text{Sotilgan mahsulotning tannarxi}}$$

$$\text{Aktisalar rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning umumiy foydasi}}{\text{Balans valutasining o'rtacha qiymati}}$$

Samarqand kooperativ institutining professori, iqtisod fanlari doktori I.T.Abdukarimov rentabellikni tahlil qilish uchun quyidagi ko'rsatkichlardan foydalangan:

$$\text{Mahsulot sotish rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning yalpi foydasi}}{\text{Mahsulot sotishdan sof tushum}}$$

$$\text{Korxonaga tegishli kapital rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Xarajatlar rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning asosiy faoliyatidan foyda}}{\text{Asosiy faoliyat xarajatlari}}$$

Rentabellikni tahlil qilish uchun yuqorida keltirilgan tavsiyalarga e'tiborimizni jalb qilishimizning sabablari:

1. Rentabellikni o'lchash uchun adabiyotda har xil ko'rsatkichlar tizimlari tavsiya etilgan, demak mualliflar tomonidan rentabellik mazmuni har xil tushuniladi.

2. Rentabellik ko'rsatkichlari shakllanishiga mualliflar har xil qarashadi, natijada rentabellikni baholash uchun ikkitadan yettitagacha ko'rsatkichlar tavsiya etildi.

3. Yuqorida ko'rsatilgan tavsiyalardan ko'rinib turibdiki, ko'pchilik mualliflar korxonalar rentabelligini sof foydaga asoslanib aniqlaydilar. Fikrimizcha bu noto'g'ri, asoslanmagan tavsiya. Rentabellikni o'lchashdan maqsad — korxonalar faoliyati samaradorligini aniqlash ekan, rentabellikni hisoblashda sof foyda emas, yalpi foyda yoki sotilgan mahsulotlardan olingan foyda e'tiborga olinishi lozim.

4. Mualliflar rentabellikka taalluqli bo'lmagan ko'rsatkichlarni tavsiya etishgan. Masalan, bitta aktsiya rentabelligi, ishlab chiqarish zaxiralarini birkiritish koeffitsiyentlari fond hajmi koeffitsiyenti, kapitalning umumiy aylanish rentabelligi.

5. Aniq bir rentabellik ko'rsatkichiga har xil nom berishadi. Masalan: sotuv rentabelligi, realizatsiya rentabelligi, sotilgan mahsulot rentabelligi va bu ko'rsatkich har xil usul bilan aniqlanadi. Masalan: yalpi yoki sof foydani sotilgan mahsulotlar tannarxiga, sof foydani sotilgan mahsulotdan olingan tushumga, sotilgan mahsulotlardan olingan foydani sotilgan mahsulot tushumiga bo'lish yo'llari bilan aniqlanadi.

6. Ma'lumki, rentabellik korxonalar faoliyatini, ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish samaradorligini umuman ifodalashi lozim.

Yuqorida keltirilgan ko'rsatkich tizimlaridan ko'rinib turibdiki, mualliflar korxonalar resurslarining alohida elementlari rentabelligini aniqlashni tavsiya etganlar. Masalan: asosiy vositalarni, permanent kapitalni, investitsiyalarni, qarzga olingan kapitalni, korxonaga tegishli kapitalni, asosiy va moddiy aylanma mablag'larni rentabellik ko'rsatkichlari. Bu ko'rsatkichlar samaradorlik ko'rsatkichlari bo'lib, mazmunan rentabellikka to'g'ri kelmaydi.

Shunday qilib, umuman moliyaviy tahlilga o'xshab, rentabellik darajasini o'lchashda ham umumiy qabul qilingan uslub, ko'rsatkichlar tuzilmasi hali shakllanmagan.

Rentabellik darajasini o'lchash uslubi, rentabellik ko'rsatkichlari tizimining shakllanishi quyidagi tamoyillarga asoslanishi lozim:

- rentabellik ko'rsatkichlari asosiy va qo'shimcha shakllarda bo'lishi kerak. Asosiy ko'rsatkichlar korxonalar faoliyatining umumiy natijasi samaradorligini ifodalab bersa, qo'shimcha rentabellik ko'rsatkichlari esa korxonalar resurslarining alohida elementlari samaradorligini ifodalaydi;

- rentabellik ko'rsatkichi korxonalar faoliyatini umumiy-moliyaviy natijasini ifodalay ekan, rentabellik ko'rsatkichi, avvalambor, korxonaning yalpi yoki uning asosiy faoliyatidan olingan foyda asosida aniqlanishi lozim, lekin ba'zi paytlarda rentabellikni o'lchash oldiga qo'yilgan maqsadga binoan rentabellik ko'rsatkichi sotilgan mahsulotdan olingan foydaga asosan ham aniqlanadi.

Bu tamoyillarga binoan korxonalar rentabelligini tahlil etishda, fikrimizga, quyidagi rentabellik ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish maqsadga muvofiq.

1. Rentabellikning asosiy ko'rsatkichlari:

- korxonalar aktivlarining yoki mol-mulking rentabelligi;
 - ishlab chiqarish rentabelligi yoki ishlab chiqarish asosiy va aylanma fondlarining rentabelligi;
 - korxonalar joriy xarajatlarining rentabelligi;
 - mahsulot rentabelligi.
2. Rentabellikning qo'shimcha ko'rsatkichlari:
- korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi;
 - asosiy kapitalning rentabelligi;
 - aylanma kapitalning rentabelligi;
 - investitsiyalarning rentabelligi;
 - permanent kapitalning rentabelligi;
 - qarzga olingan kapitalning rentabelligi.

Ko'rinib turibdiki, tavsiya qilinayotgan rentabellik ko'rsatkichlar tizimi aniq bir tartibga solinib, unda yuqorida keltirilgan mualliflarning fikrlari ham e'tiborga olingan. Bu ko'rsatkichlarning aniqlash uslubiyatlari quyidagicha bo'lsa, maqsadga muvofiq bo'lar edi.

1. Rentabellikning asosiy ko'rsatkichlari:

$$\text{Mol-mulking rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Korxonalar mol-mulking o'rtacha qiymati}}$$

Bu ko'rsatkich butun korxonada mol-mulki samaradorligini ifodalaydi. Mol-mulk korxonaning butun ishlab chiqarish, xo'jalik faoliyati uchun xizmat qiladi. Shu sababli bu ko'rsatkich korxonaning yalpi foydasi soliqlar to'lanishdan oldingi foydaga asosan aniqlanishi lozim.

Ishlab chiqarish rentabelligi korxonalarda ishlatilayotgan ishlab chiqarish asosiy va aylanma fondlardan foydalanish samaradorligini ifodalaydi. Ishlab chiqarish fondlar korxonada faoliyatini moddiy bazasini tashkil etib, ishlab chiqarishning asosiy omili bo'lib hisoblanadi. Shu sababli bu ko'rsatkich ham korxonaning soliq to'lashdan oldingi foydasi asosida aniqlanishi lozim.

$$\text{Ishlab chiqarish rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lashdan oldingi foyda}}{\text{Ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha qiymati}}$$

Moliyaviy hisobotlarga binoan aniqlasak soliq to'lashdan oldingi foyda hisoboti 2-shaklidan, ishlab chiqarish asosiy va aylanma fondlarning o'rtacha qiymati buxgalteriya balansi yoki buxgalteriya birlamchi hisobot ma'lumotlariga binoan aniqlanadi.

Joriy xarajatlar rentabelligi ilgaridan foydalanadigan rentabellik ko'rsatkichi bo'lib, u korxonada xarajatlarini mahsulotni ishlab chiqarib, uni sotishga ketgan xarajatlar samaradorligini ifodalaydi. Demak, bu ko'rsatkich mahsulot sotish bilan bog'langan bo'lib, mahsulot sotishdan olingan foydaga asosan aniqlanadi.

$$\text{Joriy xarajatlar rentabelligi} = \frac{\text{Mahsulot sotishdan foyda}}{\text{Sotilgan mahsulot tamarxi}}$$

Mahsulot rentabelligi, odatda, savdo tashkilotlarida keng foydalanib, hozirgi paytda foydalanish uchun boshqa tarmoqlarga ham tavsiya etilyapti. Bu ko'rsatkich va demak, u sotilgan mahsulotdan olingan foyda asosida aniqlanishi lozim.

$$\text{Mahsulot rentabelligi} = \frac{\text{Mahsulot sotishdan olingan foyda}}{\text{Mahsulot sotishdan tushum}}$$

Sotilgan mahsulotdan olingan tushum sof bo'lishi lozim. Ya'ni yalpi tushumdan qo'shilgan qiymatga solinadigan soliq va aksiz soliqlar olib tashlanishi kerak.

2. Qo'shimcha rentabellik ko'rsatkichlari:

Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi. Ma'lumki, korxonalar o'zlik va tashqaridan safarbar etilgan mablag'lardan foydalanadilar. Ularning samaradorligini alohida aniqlash, moliyaviy tahlilni chuqurlashtirishga yordam beradi.

$$\text{Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

Qarzga olingan kapitalning rentabelligi uzoq va qisqa muddatga olingan qarzlarning samaradorligini ko'rsatadi. Bu qarzlarning ham korxonaning butun ishlab chiqarish - xo'jalik faoliyatiga xizmat qiladi va shu sababli ular samaradorligi korxonaning yalpi foydasi asosida aniqlanadi.

$$\text{Qarzga olingan kapitalning rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Qarzga olingan kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

Asosiy kapitalning rentabelligi ham korxonaning yalpi foydasi asosida aniqlanishi lozim. Chunki asosiy kapital korxonaning butun faoliyatiga xizmat qiladi va uning rentabelligi asosiy fondlarni korxonada foydasi asosida aniqlangan fondlar qaytimidir.

$$\text{Asosiy kapitalning rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Asosiy kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

Aylanma kapitalning rentabelligi ham korxonaning yalpi foydasi asosida aniqlanishi lozim. Chunki aylanma mablag'lar ham korxonaning butun faoliyatiga xizmat qiladi. Bu ko'rsatkich korxonada moddiy va pul aylanma mablag'lari samaradorligini ifodalaydi.

$$\text{Aylanma kapitalning rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Aylanma kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

Investitsiyalar rentabelligi ham korxonaning yalpi foydasi asosida aniqlanib, bu ko'rsatkich korxonaga asosiy kapitalini hamda uzoq muddatga olingan kredit va qarzlarning samaradorligini ifodalaydi.

$$\text{Investitsiya rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Asosiy kapital va uzoq muddatga olingan kredit qarzlarning o'rtacha qiymati}}$$

Shunday qilib, korxonalarining moliyaviy holatiga moliyaviy resurslarning alohida elementlari ta'sir ko'rsatar ekan, demak, bu elementlarning ham rentabelligini tahlil qilish katta ahamiyatga ega.

Ikkinchidan, korxonaga resurslarining alohida elementlari korxonalarining moliyaviy holatini umumiy darajasiga ta'sir ko'rsatar ekan, bu resurslarning rentabelligi aniqlanganda, soliq to'lashdan oldingi, ya'ni yalpi foyda e'tiborga olinishi lozim.

Endi yuqorida ko'rilgan rentabellikning asosiy va qo'shimcha ko'rsatkichlarini korxonamiz misolida ko'ramiz (quyidagi jadval asosida).

Rentabellik ko'rsatkichlari hisob-kitobi (ming so'm)

Ma'lumotlar bazasi	Joriy davr	O'tgan davr	Dinamika
1	2	3	4
1. Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati	7622,7	6901,1	110,5
2. Ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha qiymati	4311,9	3133,0	137,4
3. Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati	5972,2	4537,8	137,6
4. Asosiy kapitalning o'rtacha qiymati	5535,2	3799,3	145,7
5. Aylanma mablag'larning o'rtacha qiymati	2087,7	3101,0	67,3
6. Uzoq muddatli qarzlarning o'rtacha qiymati	1065,7	-	-

202-betdagi jadvalning davomi

7. Mahsulotlar sotishdan tushum	9536,0	3279,6	103,8
3. Sotilgan mahsulotlarning tannarxi	5273,4	6017,1	87,0
9. Soliq to'lashdan olingan foyda	4550,0	3622,4	125,6
10. Mahsulotlar sotishdan olingan foyda	4362,6	3262,9	133,7
2. Rentabellik ko'rsatkichlari			
A) Asosiy ko'rsatkichlar, foiz			
1. Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi (9:1)	59,7	52,5	113,7
2. Ishlab chiqarish rentabelligi (9:2)	105,5	115,3	91,5
3. Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi (10:8)	86,2	54,2	159,0
4. Mahsulot rentabelligi (10:7)	47,3	35,2	134,1
B) Qo'shimcha ko'rsatkichlar, foiz			
1. Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi (9:3)	76,2	79,8	95,5
2. Qarzlarga olingan kapitalning rentabelligi (9:6)	426,8	-	-
3. Asosiy kapitalning rentabelligi (9:4)	32,2	95,3	86,3
4. Aylanma kapitalning rentabelligi (9:5)	21,9	116,8	186,9
5. Investitsiyalarning rentabelligi 9:(3+6)	61,2	79,8	76,7

Jadval ma'lumotlariga va aniqlangan rentabellik ko'rsatkichlariga binoan quyidagi xulosalarga kelish mumkin:

- rentabellik ko'rsatkichlari joriy davrda o'tgan davrga nisbatan unuman ko'tarilgan. Demak, korxonaga faoliyatining moliyaviy natijalari yaxshilangan;

- lekin rentabellik ko'rsatkichlari har xil o'zgargan. Demak, ularning o'zgarishiga har xil omillar ta'sir ko'rsatgan;

- eng yuqori sur'atlarda ko'tarilgan ko'rsatkichlar — bu joriy xarajatlarning va aylanma mablag'larning rentabellik ko'rsatkichlaridir;

- joriy xarajatlarning rentabelligini oshishi - sotilgan mahsulotlarning tannarxini pasaytirish yo'li bilan qo'lga kiritilgan;

- aylanma mablag'lar rentabelligining ko'tarilishi, fikrimizcha, korxonada me'yordan yuqori aylanma mablag'larni yo'q qilish natijasi bo'lsa kerak.

- sotilgan mahsulotlarning rentabelligi - sotilgan mahsulotlar tannarxining pasaytirishi natijasidir. Ko'rinib turibdiki, sotilgan mahsulotlarning hajmi 3,8 % ga ko'paygan, sotilgan mahsulotlar tannarxi shu davrda 12,4 % ga pasaygan;

- korxonalar aktivlarining rentabelligi ko'tarilgan, lekin shu davrda ishlab chiqarish fondlarining rentabelligi pasaygan. Bunga sabab o'rganilayotgan davrda korxonada ishlab chiqarish fondlari 37,4 % ga ko'paygan. Yangi fondlar hali o'zlashtirilmagan. Shu sababli ishlab chiqarish fondlari samaradorligi pasaygan;

- xuddi shu sababli yangi fondlarning o'zlashtirilmaganligi natijasida korxonaga tegishli kapitalning va investitsiyalarning rentabellik darajasi kamaygan.

Jadvalda keltirilgan ma'lumotlar shuni tasdiqlaydiki, rentabellikni tahlil qilishda ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish kerak. Bu ko'rsatkichlardan har biri korxonalar moliyaviy natijasining alohida tomonlarini, xususiyatlarini ifodalaydi va bu moliyaviy natijalarni har tomonlama tahlil qilishga imkoniyat beradi. Rentabellikni tahlil etish rentabellik darajasiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni tahlil qilish bilan yakunlanishi lozim. Yuqorida keltirilgan rentabellik ko'rsatkichlariga, ulardan har biri bilan bog'liq bo'lgan omillar ta'sir ko'rsatadi.

Masalan, korxonalar aktivlari rentabelligiga aylanma mablag'larning aylanishi, mahsulot rentabelligi o'zgarishi; ishlab chiqarish rentabelligiga - aylanma mablag'larni birkatlash, mahsulot rentabelligi o'zgarishi va mahsulot fond sig'imi, fondlar qaytimi; mahsulot rentabelligiga mahsulot tannarxi, mahsulotlarga qo'yilgan narxlar; joriy xarajatlar rentabelligiga narxlar va sotilgan mahsulotning tarkibiy o'zgarishi ta'sir ko'rsatadi.

Joriy xarajatlar rentabelligi omillari.

Yuqorida aytilganidek, joriy xarajatlar rentabelligiga quyidagi omillar ta'sir ko'rsatadi:

- sotilgan mahsulot tannarxining o'zgarishi;
- sotilgan mahsulot narxining o'zgarishi;
- sotilgan mahsulotning tarkibiy o'zgarishi.

Omili tahlil uchun indeks usulidan foydalanamiz, buning uchun joriy xarajatlar rentabelligini umumiy dinamika va omilli indekslarini hisoblaymiz.

Joriy xarajatlar rentabelligi dinamikasi, ya'ni joriy davrda o'tgan davrga nisbatan o'zgarish indeksi, bu:

$$\frac{\text{Joriy davrda sotilgan mahsulotdan olingan foyda}}{\text{Joriy davrda sotilgan mahsulotning tannarxi}} : \frac{\text{O'tgan davrda sotilgan mahsulotdan olingan foyda}}{\text{O'tgan davrda sotilgan mahsulotning tannarxi}}$$

Umumiy dinamik indeksining shakli:

$$\frac{\sum M_1 B_1 - \sum M_1 T_1}{\sum M_1 T_1} : \frac{\sum M_0 B_0 - \sum M_0 T_0}{\sum M_0 T_0},$$

bu yerda:

M_1 va M_0 - joriy va o'tgan davrda sotilgan mahsulotlarni turlari bo'yicha miqdori;

B_1 va B_0 - joriy va o'tgan davrda mahsulot turlari bo'yicha, narxnavolar;

T_1 va T_0 - joriy va o'tgan davrda mahsulotlarni turlari bo'yicha tannarxi.

$\sum M_1 B_1$ - joriy davrda sotilgan mahsulotlar tushumi;

$\sum M_0 B_0$ - o'tgan davrda sotilgan mahsulotlar tushumi;

$\sum M_1 T_1$ - joriy davrda sotilgan mahsulotlar tannarxi;

$\sum M_0 T_0$ - o'tgan davrda sotilgan mahsulotlar tannarxi.

Indeksdan ko'rinib turibdiki, joriy xarajatlar rentabelligi dinamikasini aniqlash uchun bu rentabellikning joriy davrdagi darajasi o'tgan davrdagi darajasi bilan taqqoslanadi. Joriy xarajatlar rentabelligi darajasi joriy va o'tgan davrda sotilgan mahsulotdan olingan foydani sotilgan mahsulotning tannarxiga bo'lish bilan aniqlanadi.

Endi omilli indekslarni keltiramiz.

Tannarxning ta'siri indeksi:

$$\frac{\text{Joriy davrda sotilgan mahsulotdan foyda}}{\text{Joriy davrda sotilgan mahsulotning tannarxi}} : \frac{\text{Joriy davrda sotilgan mahsulotdan foyda, mahsulotning o'tgan davr tannarxi bo'yicha}}{\text{Joriy davrda sotilgan mahsulotning tannarxi}}$$

Tannarx ta'siri indeksining shakli:

$$\frac{\sum M_1 B_1 - \sum M_1 T_1}{\sum M_1 T_1} \cdot \frac{\sum M_1 B_1 - \sum M_1 T_0}{\sum M_1 T_1}$$

bu yerda:

$\sum M_1 T_0$ — joriy davrda sotilgan mahsulotlarning o'tgan yilgi tannarxi.

Bu indeksda ham sotilgan mahsulotdan olingan foyda dinamikasi aniqlanadi, lekin bu gal joriy davrda olingan foyda o'tgan davr tannarxiga asoslangan foyda bilan taqqoslanadi.

Ko'rinib turibdiki, taqqoslashda faqat sotilgan mahsulotning tannarxi o'zgaryapti. Demak, bu indeks tannarxning joriy xarajatlar rentabelligiga ta'sirini ifodalaydi.

Narx-navo ta'siri indeksi:

<p>Joriy davrda o'tgan davr tannarxi asosida sotilgan mahsulotdan foyda</p> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>Joriy davrda sotilgan mahsulotning tannarxi</p>	:	<p>Joriy davrda o'tgan davr narx-navosi va tannarxi asosida sotilgan mahsulotdan foyda</p> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>Joriy davrda sotilgan mahsulotning tannarxi</p>
--	---	---

Narx-navo ta'siri indeksi shakli:

$$\frac{\sum M_1 B_1 - \sum M_1 T_0}{\sum M_1 T_1} \cdot \frac{\sum M_1 B_0 - \sum M_1 T_0}{\sum M_1 T_1}$$

Ko'rinib turibdiki, bu indeksda joriy davrda sotilgan mahsulot (M_1) asosida aniqlangan ikki joriy xarajatlar rentabelligi darajasi taqqoslanayapti. Sotilgan mahsulotdan olingan foydalar aniqlanganda, sotilgan mahsulot soni (M_1), sotilgan mahsulot tannarxi ham (T_0) o'zgarayapti, narx-navo esa (B_1 va B_0) o'zgaryapti. Demak, bu hisob-kitobda joriy xarajatlar rentabelligi dinamikasiga narx-navo o'zgarishi ta'siri aniqlanadi.

Mahsulot tarkibi ta'siri indeksi:

<p>O'tgan davrgi narx va tannarxda joriy davrda sotilgan mahsulotlardan foyda</p> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>Joriy davrda sotilgan mahsulotning tannarxi</p>	:	<p>O'tgan davrda sotilgan mahsulotdan olingan foyda</p> <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>O'tgan davrda sotilgan mahsulot tannarxi</p>
--	---	---

Narx-navo ta'siri indeksi shakli:

$$\frac{\sum M_1 B_0 - \sum M_1 T_0}{\sum M_1 T_1} \cdot \frac{\sum M_0 B_0 - \sum M_0 T_0}{\sum M_1 T_1}$$

bu yerda:

$M_1 B_0$ – sotilgan mahsulotdan joriy davrda o'tgan davr narxi asosida olingan tushum.

$M_1 T_0$ – joriy davrda sotilgan mahsulotning o'tgan davr tannarxida hisoblangan hajmi.

Ko'rinib turibdiki, bu indeksda joriy davrdagi joriy xarajatlarni rentabellik darajasi o'tgan davrdagi rentabellik darajasi bilan taqqoslanadi, lekin bu rentabellik ko'rsatkichlarida faqat mahsulotlar tarkibi o'zgaragan, Demak, bu indeks joriy xarajatlar rentabelligiga mahsulotlar tarkibiy o'zgarishi ta'sirini ifodalaydi.

Yuqorida foydalanilgan indekslarni aniqlash ko'p qiyin emas. Moliyaviy hisobotda mahsulotlar sotish tushumi, sotilgan mahsulotlar tannarxi va sotilgan mahsulotlardan olingan foyda to'g'risida ma'lumotlar mavjud. Buxgalteriya birlamchi hisobidan faqat joriy davrda sotilgan mahsulotlarni o'tgan davr narx-navolarida ($\sum M_1 B_0$) va o'tgan davr tannarxida baholanish ko'rsatkichlari to'g'risidagi ma'lumotlarni olishga to'g'ri keladi ($\sum M_1 B_1$).

Aniqlangan omilli indekslar o'zaro aloqada bo'lib, ular bir-biriga ko'paytirilsa, joriy xarajatlar rentabelligi umumiy indeksi olinadi, ularning mutlaq o'zgarish farqlari olinsa, ularning summasi umumiy indeksning farqiga barobar.

Buni quyidagi jadval ma'lumotlaridan foydalanib tasdiqlaymiz:

Joriy xarajatlar rentabelligi omillari ta'siri

N	Ma'lumotlar bazasi	Ming so'm
1	Joriy davrda sotilgan mahsulotlardan tushum ($\Sigma M_1 B_1$)	800
2	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar tannarxi ($\Sigma M_1 T_1$)	640
3	O'tgan davrda sotilgan mahsulotlardan tushum ($\Sigma M_0 B_0$)	595
4	O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar tannarxi ($\Sigma M_0 T_0$)	490
5	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr narx- navolarida ($\Sigma M_1 B_0$)	680
6	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannarxida ($\Sigma M_1 T_0$)	560

1. Joriy xarajatlar rentabelligining umumiy dinamika indeksi

$$\frac{800 - 640}{640} : \frac{595 - 490}{490} = (0,250 : 0,214) \cdot 100 = 116,7 \%$$

Demak, joriy xarajatlar rentabelligi joriy davrda o'tgan davrga nisbatan 16,7 % ga oshgan.

2. Sotilgan mahsulotlar tannarxining ta'siri:

$$\frac{800 - 640}{640} : \frac{800 - 560}{640} = (0,250 : 0,375) \cdot 100 = 66,6 \%$$

Demak, korxonada sotilgan mahsulotlar tannarxining o'zgarishi joriy xarajatlar rentabelligiga salbiy ta'sir ko'rsatgan, natijada joriy xarajatlar rentabelligi 33,4 % ga kamaygan (100-66,6). Joriy davrda o'tgan davrga nisbatan sotilgan mahsulotlarning tannarxi ko'tarilgan. Masalan, sotilgan mahsulotlarni bir so'mga nisbatan sarf etilgan xarajatlar o'tgan davrda 17,6 tiyindan joriy davrda 20 tiyinga ko'tarildi.

3. Sotilgan mahsulotlarga quyilgan narx-navoning ta'siri:

$$\frac{800 - 560}{640} : \frac{680 - 560}{640} = (0,375 : 0,186) \cdot 100 = 200 \%$$

Ko'rinib turibdiki, korxonada mahsulotlariga narx-navolar ko'tarilgan, natijada joriy xarajatlar rentabelligi darajasi ikki marta ko'tarilgan. Demak, narx-navolarni o'zgartirish rentabelliga ijobiy ta'sir ko'rsatgan.

4. Sotilgan mahsulotlarning tarkibiy o'zgartirilishi ta'siri:

$$\frac{680 - 560}{640} : \frac{595 - 490}{490} = (0,186 : 0,314) \cdot 100 = 87,6 \%$$

Joriy davrda o'tgan davrga nisbatan sotilgan mahsulotlarning tarkibi o'zgardi va bu o'zgarish joriy xarajatlar rentabelligiga salbiy ta'sir ko'rsatdi. Bu omil ta'sirida joriy xarajatlar rentabelligi 12,4 % ga kamaygan (100-87,6).

Umumiy rentabellik dinamika indeksi bilan omilli indekslar o'rtasidagi bog'lanish quyidagicha tasdiqlanadi:

Rentabellik darajasi	Joriy davr	O'tgan davr	+o'sish /- kamayish
Umumiy rentabellik	25,0	21,4	+ 3,6
Tannarx ta'siri	25,0	37,5	-12,5
Narx-navo ta'siri	37,5	18,6	+ 18,9
Mahsulot tarkibi ta'siri	18,6	21,4	-2,8
Jami	X	X	3,6

$$\text{yoki} \\ \frac{25}{21,4} = \frac{25}{37,5} \cdot \frac{37,5}{18,6} \cdot \frac{18,6}{21,4}$$

$$\text{yoki} \\ 116,7 = (0,666 \cdot 2 \cdot 0,876) \text{ yoki } 116,7\%$$

Demak, joriy xarajatlar rentabelligining umumiy indeksi uch omilli indekslar ko'paytmasiga barobar.

Ishlab chiqarish yoki ishlab chiqarish asosiy va aylanma fondlarning rentabelligiga, yuqorida aytilgandek quyidagi uch omil ta'sir ko'rsatadi:

- mahsulotlar rentabelligining o'zgarishi;
- fondlar sig'imining o'zgarishi;
- aylanma mablag'larni birkitish ko'rsatkichining o'zgarishi.

Yana umumiy dinamik va omillar ko'rsatkichlarini aniqlaymiz.

1. Ishlab chiqarish rentabelligining umumiy dinamikasi:

Joriy davrda olingan yalpi foyda	O'tgan davrda olingan yalpi foyda
Joriy davrda ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha qiymati	O'tgan davrda ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha qiymati

Ishlab chiqarish rentabelligi dinamikasi – demak, bu joriy davrdagi rentabellik ko'rsatkich darajasini o'tgan davrdagi rentabellik ko'rsatkichi darajasi bilan solishtirishdir.

2. Ishlab chiqarish rentabelligiga mahsulot rentabelligi o'zgarishining ta'siri:

Joriy davrdagi rentabellik darajasi	O'tgan davrdagi ishlab chiqarish rentabellik darajasi
O'tgan fondlar sig'imining darajasi	

Fondlar sig'imi darajasi – bu o'tgan davrda asosiy fondlar qiymatini ishlab chiqarilgan mahsulotlarga bo'linishidir, ya'ni, o'tgan davrda har bir so'mlik mahsulotga asosiy fondlarining qancha qiymati to'g'ri kelishini ko'rsatadi.

3. Fondlar sig'imining o'zgarishi ta'siri:

Joriy davrdagi fondlar sig'imi va o'tgan davrdagi aylanma mablag'larni birkiritish ko'rsatkichiga asoslangan joriy davr ishlab chiqarish rentabellik darajasi	O'tgan davrdagi fondlar sig'imi va o'tgan davrdagi aylanma mablag'larning birkiritish ko'rsatkichiga asoslangan ishlab chiqarish rentabellik darajasi
--	--

Hisob-kitob qilingan ishlab chiqarish rentabellik ko'rsatkichlarida faqat mahsulotning fondlarga qaytishi o'zgaryapti, demak, bu omilni ta'siri aniqlanyapti.

4. Aylanma mablag'larning birkiritish ko'rsatkichi o'zgarishining ta'siri:

Joriy davrdagi ishlab chiqarish rentabellik darajasi
Aylanma mablag'larni o'tgan davrdagi birkiritish ko'rsatkichiga asoslangan joriy davrdagi ishlab chiqarish rentabelligi darajasi

Endi yuqorida ko'rilgan umumiy va omilli ishlab chiqarish rentabelligi ko'rsatkichlarini misolda miqdoran aniqlaymiz. Ishlab chiqarish rentabelligining umumiy o'zgarishi.

$$\frac{200}{300} : \frac{120}{200} = (0,667 : 0,600) \cdot 111,2$$

Demak, joriy davrda o'tgan yilga nisbatan ishlab chiqarish rentabelligi 11,2 % ga oshgan.

1. Mahsulot rentabelligi ta'siri:

$$\left(\frac{180}{550} : \frac{120}{200} \right) : \frac{120}{200} = (0,654 : 0,600) \cdot 109 = 109$$

Ishlab chiqarish rentabelligiga ta'sir qiluvchi omillarning hisob-kitobi (ming so'm)

N	Ma'lumotlar bazasi	Joriy davr	O'tgan davr	Dinamika,
1	2	3	4	5
1	Sotilgan mahsulotdan tushum	550	400	137,5
2	Ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha qiymati	300	200	150,0
3	Asosiy kapitalning o'rtacha qiymati	220	150	146,7
4	Aylanma kapitalning o'rtacha qiymati	80	50	160,0
5	Soliq to'lashdan oldingi foyda	200	120	166,7

6	Mahsulot sotishdan foyda	180	110	163,6
7	Ishlab chiqarish rentabelligi (5:2)	66,7	60,0	111,2
8	Mahsulot rentabelligi (6:1)	32,7	27,5	113,8
9	Fond sig'imi — bir so'mlik tushumga asosiy kapital qiymati (3:1) tiyin	40,0	37,5	106,7

Demak, mahsulot rentabelligining o'zgarishi ishlab chiqarish rentabelligiga ijobiy ta'sir ko'rsatdi va natijada ishlab chiqarish rentabelligi 9 % ga oshdi.

2. Fondlar qiymati (fond sig'imi) o'zgarishining ta'siri:

$$\left[\frac{180}{550} : \left(\frac{220}{550} + \frac{50}{400}\right)\right] : \left(\frac{180}{550} : \frac{200}{400}\right) = (0,622 : 0,654) \cdot 100 = 95,1$$

Fondlar qaytimi tushumning bir so'miga nisbatan 37,5 tiyindan 40,0 tiyinga ko'tarilishi ishlab chiqarish rentabelligiga salbiy ta'sir ko'rsatdi. Natijada ishlab chiqarish rentabelligi darajasi 4,9 % ga pasaydi.

3. Aylanma kapitalning birkirish ko'rsatkichi o'zgarishining ta'siri:

$$\frac{200}{300} : \left[\frac{180}{550} : \left(\frac{220}{550} + \frac{50}{400}\right)\right] = (0,666 : 0,623) \cdot 100 = 106,9$$

Aylanma kapitalni birkirish ko'rsatkichi o'zgarishi ishlab chiqarishlar rentabelligini 6,9 % ga ko'tardi.

Demak, ishlab chiqarish rentabelligiga mahsulot rentabelligini va aylanma kapitalni birkirish ko'rsatkichlari ijobiy ta'sir ko'rsatdi. Fondlarning qaytimi esa salbiy ta'sir ko'rsatdi. Endi korxonalar aktivlari rentabelligi va unga ta'sir qiluvchi omillarni ko'rib chiqamiz.

Korxonalar aktivlari rentabelligining umumiy o'zgarishi:

Korxonalar aktivlarining joriy davrdagi rentabellik darajasi

Korxonalar aktivlarining o'tgan davrdagi rentabellik darajasi

Korxonalar aktivlari rentabelligiga ikki omil ta'sir ko'rsatadi:

1. Korxonalar aktivlarining aylanishi.
2. Mahsulot rentabelligi.

1. Korxonalar aktivlari rentabelligiga korxonalar aktivlari aylanishining ta'siri:

$$\frac{\text{(O'tgan davrdagi mahsulot rentabelligi)}}{\text{O'tgan davrdagi korxonalar aktivlari rentabelligi}} \times \text{(Korxonalar aktivlarining aylanish miqdori)}$$

2. Korxonalar aktivlari rentabelligiga mahsulot rentabelligi ta'siri:

$$\frac{\text{Joriy davrda korxonalar aktivlari rentabelligi}}{\text{O'tgan davrdagi mahsulot rentabelligi}} \times \text{(Korxonalar aktivlarining aylanish miqdori)}$$

Bu hisob-kitoblarni korxonalar ma'lumotlarida ko'rib chiqamiz.

Korxonalar aktivlarining rentabelligi (ming so'm)

Ma'lumotlar bazasi	Joriy davr	O'tgan davr
1	2	3
1. Sotilgan mahsulotdan tushum	600	500
2. Soliq to'lanmasdan oldingi foyda	150	100
3. Korxonalar aktivlarining o'rtacha qiymati	45	40
4. Korxonalar aktivlarining aylanish miqdori (1:3)	13,3	12,5
5. Mahsulot rentabellik darajasi (2:1)	25	20
6. Korxonalar aktivlarining rentabellik darajasi (2:3)	250	333

Joriy davrda o'tgan davrga nisbatan korxonalar aktivlarining rentabelligi 33,2 foizga oshdi. Ko'rinib turibdiki, korxonalar aktivlarining

aylanishi tezlashgan — 12,5 martadan 13,3 martagacha ko'paygan. Demak, bu omilning ta'siri:

$(20 \times 13,3) : 250 = (266 : 250) \times 100 = 106,4$ % ijobiy bo'lib, aktivlar rentabelligini 6,4 % ga ko'tarishga imkon bergan.

Mahsulot rentabelligi ham tahlil qilinayotgan davrda ko'tarilgan, demak, bu omil ham aktivlar rentabelligiga ijobiy ta'sir ko'rsatgan. Ya'ni:

$$333 : (20 \times 133) = (333 : 266) \times 100 = 125,2 \text{ foiz.}$$

Korxonalar aktivlari rentabelligini 25,2 % ga ko'tarishga imkon bergan. Ikki omilning ko'paytmasi korxonalar aktivlari rentabelligining umumiy dinamikasiga teng, ya'ni:

$$\frac{106,4 \cdot 125,2}{100} = 133,2 \text{ \%}$$

Korxonalar rentabellik ko'rsatkichlariga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni tahlil qilish uchun kerakli ma'lumotlar moliyaviy hisobotlarda va birlamchi buxgalteriya hisobida mavjud.

Omillar tahlili bo'yicha yuqorida keltirilgan axborotlar umuman moliyaviy tahlilda, ayniqsa, rentabellik tahlilida omillar bo'yicha tahlil o'tkazishning obyektiv zarurligini isbotlayapti va omillar bo'yicha o'tkazilgan tahlil korxonalar moliyaviy holatini tahlil qilishni chuqurlashtiradi hamda yangi xulosalar chiqarishga, tavsiyalar berishga imkoniyat yaratadi.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Buxgalteriya hisobi va hisobotlari. Ma'lumotlar bazasi. Moliyaviy tahlil. Moliyaviy holat. Boshqaruv tizimi. Moliyaviy tahlil natijasida xotimasi, Taqqoslash. Boshqaruv tahlili. Statistika, Iqtisodiy indekslar tizimi, Dinamik qatorlar, Omillararo korrelyatsiya, Gorizonttal va Vertikal tahlil, Nisbiy ko'rsatkichlar, Auditor, Moliyaviy faoliyat, Daromad, Tasodifiy foyda, Buxgalteriya balansi, Sho'ba korxonalar, Valyuta, Qimmatbaho qog'oz, Royalti, Transfert, Dividend, Asosiy fondlar, Kapital, Sotishdan tushgan sof tushum, Umumiy xo'jalik faoliyatidagi foyda, Moliyaviy mustahkamlik. Buxgalteriya balansining likvidligi, Aylanma mablag'lar, Balans valyutasi.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. Moliyaviy tahlil natijasida xotima tayyorlash nima uchun kerak?
2. Buxgalteriya hisobi va hisobotlari moliyaviy tahlilga ahamiyatini ifodalab bering.
3. Moliyaviy tahlilning manbalari bo'lib nimalar hisoblanadi?
4. Moliyaviy tahlilni tayyorlash va o'tkazish qanday bosqich va nimalardan iborat?
5. Moliyaviy tahlil ko'p qirrali murakkab ish bo'lib, u o'z ichiga nimalarni tahlil qilishni va aniqlashga qaratilgan bo'ladi?
6. Korxonalar moliyaviy holati bu — ... jumlani davom ettiring.
7. Moliyaviy tahlil qanday xususiyatlarga ega?
8. Boshqaruv tahlili xususiyatlarini ifodalab bering.
9. Omillararo korrelyatsiya, iqtisodiy indekslar va dinamik qatorlar ko'rsatkichlar ifodalashuvchilari nimalar hisoblanadi?
10. Boshqaruv tahlil kim tomonidan o'tkaziladi, qanday ma'lumotlar va maqsadi nimadan iborat bo'ladi?
11. Moliyaviy tahlil korxonalar qanaqa tarzdagi moliyaviy hisobotlarining ma'lumotlariga asoslanib o'tkaziladi?
12. Gorizonttal tahlil natijasida nima aniqlanishi mumkin?
13. Nisbiy ko'rsatkichlar orqali nima ifodalanishi mumkin bo'lishi to'g'risida ma'lumlang.
14. Moliyaviy tahlilning predmeti bo'lib nima hisoblanadi?
15. Moliyaviy tahlilning maqsadi nima va uning yo'nalishini e'tiborga olsak moliyaviy tahlil qay shaklda bo'lishi mumkin?
16. Moliyaviy tahlil korxonalar moliyaviy holatini tahlil qilishda qanday vazifalarni bajarishga yo'naltirilgan bo'lishi lozim?
17. Moliyaviy tahlil nimalar yordamida, qanday usullaridan foydalanib korxonalar qanday moliyaviy jihatlarini ifodalashga qaratilgan?
18. Kichik biznes korxonalarining moliyaviy faoliyati deganda nimalarni tushunasiz?
19. Sotishdan tushgan sof tushum aniqlanishi to'g'risida ma'lumot bering.
20. Moliyaviy faoliyat sohalaridagi daromadlar nimalar asosida shakllantiriladi?
21. Korxonalar foydasining turlari bo'yicha axborot bering.

22. Umumiy xo'jalik faoliyatidagi foyda qay rusumda aniqlanadi?
23. Moliyaviy holat korxonaning nimasiga ta'sir ko'rsatadi?
24. Buxgalteriya balansining likvidligi deb, uning qanday holatiga aytish mumkin?
25. Aylanma mablag'lar bo'yicha tushunchaga egamisiz? Unday bo'lsa aylanma mablag' to'g'risida batafsil axborot berib o'ting
26. Balans valutasida bo'yicha tushunchangiz bormi?

9. TADBIRKORLIK ETIKASI VA MADANIYATI, ISHBILARMONLIK MULOQOTI ASOSLARI

- 9.1. Korxonada madaniyatini shakllantirish.
- 9.2. Tadbirkorlik etikasi va odob-axloq qoidalari.
- 9.3. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish.
- 9.4. Xizmat yuzasidan munosabatlar.

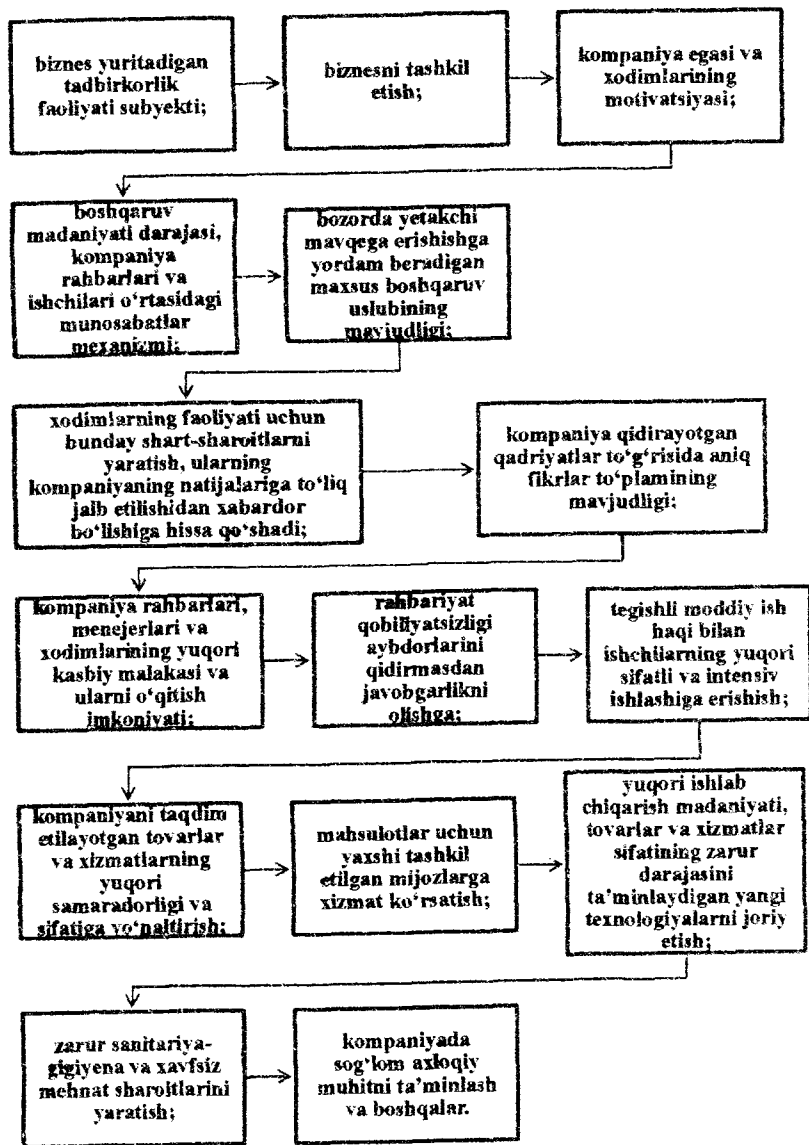
9.1. Korxonada madaniyatini shakllantirish

Umuman olganda, tadbirkorlik madaniyati tadbirkorlik tashkilotlari madaniyati, tadbirkorlarning o'z madaniyati, tadbirkorlik etikasi, biznes etikasi va madaniyat kabi tushunchalarni tashkil etuvchi boshqa ko'plab elementlarga bog'liq.

Tadbirkorlik madaniyatini shakllantirish ko'plab omillar bilan belgilanadi, ular orasida birinchi o'rinlarni sivilizatsiyalashgan tashqi tadbirkorlik muhiti, ijtimoiy va davlatiy tafakkur, haqiqatan ham mavjud bo'lgan huquqiy normalar, ularni tajovuzkor muhitdan himoya qiladigan tadbirkorlarning huquqlari, majburiyatlari va majburiyatlari, va, albatta, tadbirkorning o'zi va uning o'ziga tegishli korporativ madaniyat.

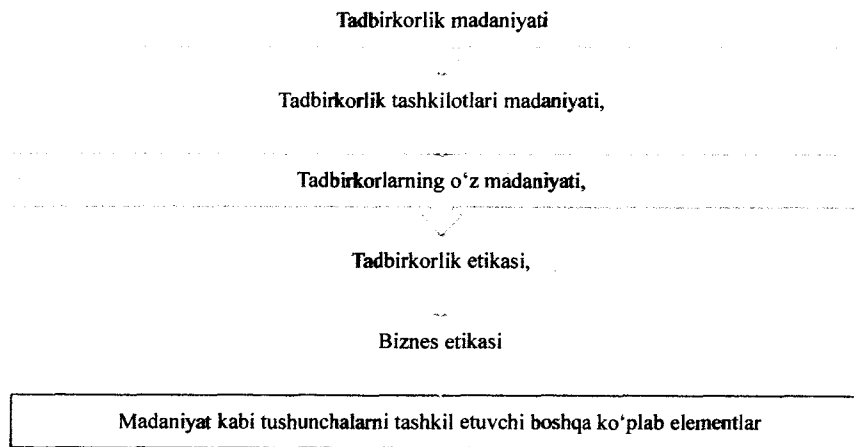
So'nggi yillarda imidj so'zi bizning hayotimizga qat'iy kirib bordi, bu ham yakka tartibdagi tadbirkor, ham kompaniyaning mavqei belgilaydi. Tadbirkorga nisbatan, bu uning axloqiy, intellektual, kasbiy va axloqiy fazilatlarini atrofdagilar tomonidan baholanishi. Tabiiyki, har bir kishi boshqalarga ijobiy taassurot qoldirishga intiladi. Tasvirni shakllantirish o'z-o'zini anglashdan boshlanadi, keyin esa – kasbiy fazilatlarini rivojlantirish, ijodiy potensialni ro'yobga chiqarish, odob-axloqni rivojlantirish, xushmuomalalik va hokazo. Odamning qiyofasi kompaniya, korxonada, tashkilot qiyofasi bilan to'liq bog'liq bo'lishi mumkin.

Kompaniyaning madaniyati, qoida tariqasida, quyidagi ichki omillar bilan belgilanadi (9.1-chizma):



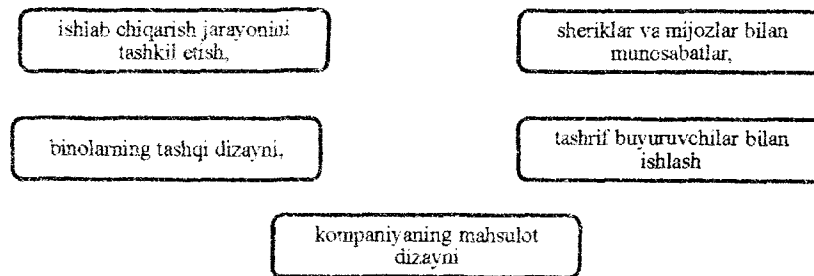
9.1-chizma. Kompaniyaning madaniyati ichki omillari

Korporativ identifikatsiya va imidj - kelajakka erishish maqsadida keng jamoatchilikka namoyish qilinadigan korxonada (kompaniya) butun faoliyatining yakuniy mahsuloti. Va, har bir ishbirarmon, tabiiyki, ijobiy taassurot qoldirishga, ya'ni ijobiy imidj yaratishga intiladi. Sxematik tarzda korxonada madaniyati shakllanishi 9.2-chizmada keltirilgan.



9.2-chizma. Korxonada madaniyatini shakllantirish

U ko'plab tarkibiy qismlarni o'z ichiga oladi – ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish, sheriklar va mijozlar bilan munosabatlar, binolarning tashqi dizayni, tashrif buyuruvchilar bilan ishlash va kompaniyaning mahsulot dizayniga qadar (9.3-chizma):



9.3-chizma. Korxonada imidj tarkibiy qismlari

Ehtimol, imidj konsepsiyasining mazmuni obro‘ va obro‘ga nisbatan ancha kengroqdir, chunki bu tadbirkorning bevosita faoliyati doirasiga kirmaydigan masalalar bilan bog‘liq. Bu ofisning ichki dizayni, zarur mebel va yordamchi jihozlarning mavjudligi, xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarni o‘qitish va hokazolarga taalluqlidir. Oxir oqibatda tadbirkor uchun foyda va foyda olish uchun barcha oqilona vositalar foyda keltiradi.

9.2. Tadbirkorlik etikasi va odob-axloq qoidalari

Tadbirkorlik etikasi – bu ishbilarmonlik tuzilmalari va davlat, ishlab chiharuvchi va iste‘molchi, mijoz va sotuvchi, ishbilarmonlar, raqobatchilar hamda korxonada ichidagi ishlovchilar orasidagi ma‘naviylik me‘yorlari tizimidir. Biznes etikasi me‘yorlari mamlakatdagi ishchanlik ruxi va uning xususiyatlarini belgilaydi.

Etika tushunchasi ikkita jihatni o‘z ichiga oladi: etika – bu, ma‘lum jamiyat, kishilar guruhi, kasbkorlar uchun qo‘llaniladigan ruxiy va axloqiy me‘yorlar tizimidir; etikaviy me‘yorlar huquq bilan, ya‘ni davlat tomonidan belgilangan yoki sanksiyalangan umummajburiy o‘zini tutish qoidalari va me‘yorlari majmuasi bilan bog‘liqdir.

Shunday qilib, insonning har qanday faoliyati, shu jumladan ishbilarmonlik ham, etika va huquqiy o‘lchovlari bilan baholanadi. Amaldagi qonunchilik jamiyatda o‘z xohish-irodasini biznesning axloqiy-huquqiy o‘lchovlari asosida ifodalash uchun imkon yaratadi. Ishbilarmon qonunni buzganligi uchun ma‘lum jazo belgilansa, uning biznesda etika va ahloqiy-huquqiy me‘yorlarni buzganligi uchun u jamiyatning qahrg‘azabiga duchor bo‘ladi. Buning uchun, jamiyatda yuqori etikaviy me‘yorlariga amal qilinishi kerak. O‘z ishini qonun bo‘yicha olib borish etik va ruhiy-ahloqiy o‘lchovlarga rioya qilish bilan bir xil emas. Biznesda deyarli tez-tez shunday vaziyatlar yaratiladiki, unda, qonunni buzmay turib etikaviy me‘yor va qoidalardan og‘ish kuzatiladi, bu esa biznesning nafaqat o‘zi uchun, balki jamiyat uchun ham salbiy natijalar keltirishi mumkin.

Keyingi o‘n yillikda G‘arbda biznes etikasiga rioya qilish muammosi jamiyat qayotida eng og‘riq nuqtalardan biriga aylandi. Qozirgi sharoitlarda bu masala bizning respublikamizda ham muhim bo‘lib bormoqda. Hufiyona biznes sohasining kengayishi, korrupsiyaning kuchayishi, nohaq raqobat, ishlab chiqarishda ehtiyotkorlik me‘yorlari,

mahsulot sifati standartlari bilan hisoblashmaslik, atrof muhitning ifloslanishi kabi holatlar ishbilarmonning roli to'g'risida jamiyatda salbiy fikr paydo bo'lishiga sababchi bo'ladi.

Ijtimoiy tadqiqotlar natijalariga ko'ra bizning Vatanimiz ishbilarmonlarining ilmiy saviyasi rivojlangan mamlakatlardagiga nisbatan past ekanligi aniqlandi. Bunda umuman, hamdo'stlik mamlakatlaridagi, biznesning o'zi faoliyat sohasi sifatida ijobiy qabul qilinsada, uning amalga oshirilish shakli ijobiy baholab bo'lmaydigan darajada deb hisoblanadi. O'z navbatida, ishbilarmonlar haqidagi jamiyatning salbiy fikrlari ham albatta, biznesning normal taraqqiyotiga putur yetkazishi turgan gap.

Biznes etikasining asosiy qoidalariga quyidagilar kiradi: qonunni hurmat qilish, to'g'rilik, o'z so'ziga va tuzilgan shartnomaga javob berish, ishonchlilik, ishonch va ijtimoiy javobgarlik, hech qachon va hech qanday sharoitda o'z xizmatchilarini, buyurtmachilarni, hissadorlarni, rahbarlarini, mol yetkazib beruvchilarni, nazorat qiluvchi idoralarni aldamaslik majburiyatlari va boshqalar. Taraqqiy topgan davlatlarda, ayniqsa Yaponiya va AQSHda firmalarning «Etika kodeksi» va biznesmenlarning alohida kasb ustalari guruhlarining «Ishbilarmonlar kodeksi» keng qo'llaniladi. Ularni sex etikasi kodeksi deb ham atash mumkin. Ushbu kodekslarga binoan u yoki bu tarmoq firmalari bir xil etika o'lchovlarini qo'llaydilar. Bunday kodekslar raqobatchilarning etikaga xilof hulqlarini aniqlashni osonlashtiradi. Ishbilarmon biznes kodeksining asosiy qismlaridan biri ishbilarmon va iste'molchi o'rtasidagi munosabatlar hisoblanadi.

Eng birinchi «Biznesmen kodeksi» amerikaliklar tomonidan 1913-yilda ishlab chiqilgan bo'lib, unda yettita ish yuritish qoidasi qabul qilingan. Bu qoidalar bitta asosga jamlangan bo'lib, bu biznes sohasidagi usul va siyosatni baholashda ularning haqiqat va adolatlilik tushunchalariga mos kelishi bilan belgilanganidir. Vaqt o'tishi bilan kodeks bir necha bor takomillashdi. Natijada, bu borada turli firmalar va kompaniyalar tomonidan to'plangan, ularning tajribasiga asoslangan, umumlashgan G'arb ishbilarmonlik dunyosida keng ma'um bo'lgan ishbilarmonlikning o'n nasihati bunga asos bo'ldi. Bu nasihatlarga har bir tadbirkor amal qilishi kerak.

Ular quyidagilardan iborat:

Tadbirkorlik ishiga oid g'oya topish.

Siz bozorga qanday tovar (mol), xizmat turlarini taklif qilayotganingiz haqida aniq tasavvurga ega bo'lishingiz kerak. Avval o'zingiz qila oladigan narsadan nimanani sotish mumkinligini hal qilib, so'ngra ishlab chiqarish lozim.

Yangilikni qidiring.

Raqobatdan qo'rqmang. Bu – bozorda bor narsa, unga o'ylanib o'tirish yaramaydi. Sizda raqobatchilarga qarshi uchta kuchli qurol borligini esda tuting – ular sifat, narx va reklamadir.

Sifat – bu iste'mol xususiyatlarining (xossalarning) majmuidir. Xaridorga oxir-oqibatda shunchaki buyumlar yoki xizmatlar kerak emas. Unga o'z muammolarining yechimi kerak. Aynan shu katta pul turadi va eug ko'p foyda beradi. Masalan, devor bloklarini ishlab chiqarish va sotish mumkin. Ammo butun kuch-quvvatini jamlab, xaridorga tayyor uy taklif qilish ancha foydaliroqdir.

Biznes-reja tuzing.

Unda: Nima sotish kerak? Ularni nimadan tayyorlash kerak? Bu qancha turadi? Kim uni sotib oladi? Xaridorlar tovar haqida bilishlari uchun nima qilish kerak? Sotuvni qanday qilib kengaytirish va boshqa masalalar ifodalanishi zarur.

Narxni tushirishdan xavfsiramang, uni ko'tarishdan qo'rqing.

Foyda, ikkita buyumni qimmat sotishda emas, balki ikki ming, ikki million xaridorga o'z tovaringizni yoki xizmatningizni ularga mos narxda sotishingizdir.

O'z tovaringizni reklama qiling. Mahalliy ro'znomada o'z ishingiz haqida ma'lumot bering. Xaridor bo'lish ehtimoli borlarga xat yuboring. E'lonlar, plakatlarga buyurtma bering va joylarga yopishtirib chiqing. Sotmoqchi bo'lgan narsangiz haqidagi ma'lumotlarni qanday qilib qisqa va aniq bayon qilish haqida o'ylab ko'ring.

Kredit olish mumkin bo'lsa, uni olishdan qo'rqmang.

Siz, yoki pul topib kreditni qaytarasiz, yoki pul topmaysiz va uni qaytarmaysiz. Bor muammo shu. Yuqoridagi kredit miqdori – bank tavakkali uchun to'lovdur. Omonat bankidan uy qurilishi uchun kredit oling, uni ko'ring va ishlab chiqarish asosi sifatida ishlatib. Xo'jalik blokini ko'ring – bu sizning omborxonangiz bo'ladi. O'sha joydan yana kredit oling – usiz ish qilish qiyin, yoki, mashinani xaydovchisi bilan ijara oling.

Xayrixoh bo'ling.

Axir, har bir ishbilanmon sherik, sizga bo'ysunuvchi har bir xodim xuddi siz kabi insondir. Bunday odam bilan birga ishlash shaxsan siz uchun juda yoqimlidir. O'zingiz ham shunday bo'ling va odamlardan birdaniga ko'p narsa talab qilmang.

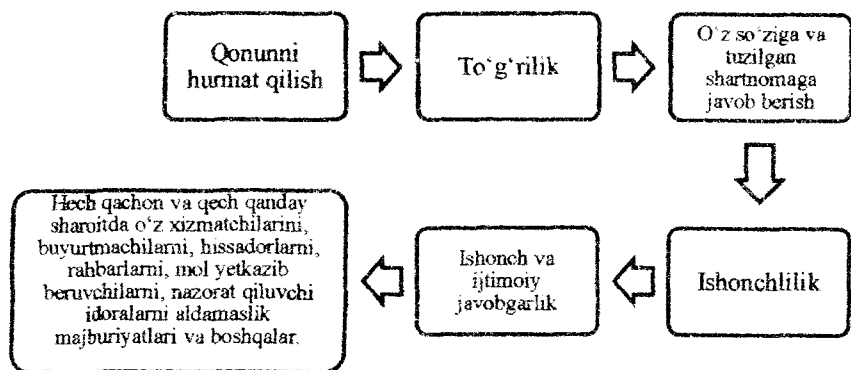
Tadbirkorlik madaniyati ijtimoiy-madaniy tizimning bir qismidir va jamiyat rivojlanishi evolyutsiyalanganligi sababli, tadbirkorlik madaniyati iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy voqeliklar evolyutsiyasi bilan birga rivojlanib boradi. Shuning uchun biz burjua oldidan, burjua va postindustriya madaniyatini farqlashimiz mumkin, bu qadriyatlar, yo'nalish, ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarishni tashkil etish tamoyillari bilan ajralib turadi.

Ma'lumki, tadbirkorlik faoliyati – bu qobiliyatli fuqarolar va (yoki) ularning birlashmalarining erkin faoliyati. Ammo tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda iqtisodiy erkinlik uning ishtirokchilari tadbirkorlik faoliyatini tartibga solishning belgilangan prinsiplari va usullariga rioya qilmaslikdan ozod bo'lishini anglatmaydi. Iqtisodiy erkinlik tadbirkorlik madaniyatining asosi bo'lib, uning alohida ishtirokchilari – ulkan moliyaviy ahvol egalari (oligarxlar deb ataladigan) uchun ruxsat berilishini namoyish etmaydi. Davlat tadbirkorlik faoliyatining ayrim vakillari tomonidan tadbirkorlik faoliyatining boshqa ishtirokchilarining va umuman bozor iqtisodiyotining boshqa subyektlarining, umuman jamiyatning manfaatlarini va iqtisodiy erkinliklarini himoya qilish maqsadida har tomonlama iqtisodiy erkinliklarning namoyon bo'lishini cheklash uchun muayyan to'siqlarni o'rnatmoqda.

Tadbirkorlik madaniyatining birinchi universal elementi, tadbirkorlik faoliyati uning qonuniyligidir. O'z faoliyati jarayonida tashkilot davlat bilan, jamiyat bilan, yetkazib beruvchilar va iste'molchilar bilan, ishchilar bilan turli munosabatlarni o'rnatadi. Shu bilan birga, u tadbirkorlikni rivojlantirishga bevosita yoki bilvosita ta'sir ko'rsatadigan amaldagi huquqiy hujjatlar, standartlar, qoidalar, normalarga qat'iy rioya qilishi shart.

Ikkinchi element - sheriklar, raqobatchilar, iste'molchilar va ishchilarga moddiy va nomoddiy zarar yetkazilishida namoyon bo'ladigan huquqiy hujjatlar, shartnomaviy munosabatlar va huquqiy bitimlar, tijorat oborotidan kelib chiqadigan majburiyat va majburiyatlarning qat'iy bajarilishi.

Biznes etikasining asosiy qoidalariga 9.4-chizmada namoyon etilganlar kiradi.



9.4-chizma. Biznes etikasining asosiy qoidalari

Tadbirkor o'z imidjini yaratishi, tadbirkor odob-axloq qoidalariga rioya qilishi kerak. U xushmuomalalik, xushmuomalalik kabi fe'l-atvor nafaqat «jamiyatda o'zini tutish qobiliyati» uchun, balki oddiy hayotiy pozitsiya uchun ham zarur ekanligini aniq tushunishi kerak. Muloqot madaniyati, mutanosiblik, yaxshi niyat haqida unutmasligimiz kerak, siz his-tuyg'ularingizni to'liq nazorat qilishingiz kerak. O'zingizning madaniyatli yurish-turishingiz, o'zingizning olijanob imidjingiz, nafaqat yutuqning yarmini, balki uning faoliyatidan doimiy qoniqishni kafolatlaydigan tadbirkor qiyofasiga ega bo'lishingiz kerak.

Tadbirkor odob-axloqi – bu tashqi ko'rinish bilan, tashqi dunyo bilan, boshqa tadbirkorlar, raqobatchilar, ishchilar bilan, tadbirkor nafaqat o'z biznesini amalga oshirishda, balki har qanday hayotiy vaziyatda aloqada bo'lgan barcha shaxslar bilan munosabatlarini tartibga soladigan tadbirkorlik axloq qoidalari.

To'g'ri xulq-atvor ko'nikmalarini egallash uchun siz tanishish va tanishish qoidalariga rioya qilishingiz kerak (9.5-chizma).

Ish aloqalarini olib borish qoidalari

Muzokaralarda axloq qoidalari

Tashqi ko'rinishga

Ish kiyimiga qo'yiladigan talablar

Nutqqa talablar

9.5-chizma. To'g'ri xulq-atvor ko'nikmalarini egallash uchun tanishish va tanishish qoidalari

Bunaqa ko'nikmalarga ega bo'lish uchun, ish aloqalarini olib borish qoidalari, muzokaralarda axloq qoidalari, tashqi ko'rinishga, ish kiyimiga qo'yiladigan talablar, nutqqa talablar, chizmaiy axloqiy me'yorlarning ajralmas qismi bo'lgan chizmaiy hujjatlar va tadbirkorlik etikasining boshqa elementlariga rioya etmoq zarur.

9.3. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish

Tadbirkor shaxsiy sifatlarining strukturaviy modelini ikki xil sistema ko'rinishida namoyish qilish mumkin. Birinchi modelda tadbirkorning umumijtimoiy sifatleri keltiriladi. Ikkinchi modelda esa, kasb sifatleri yig'indisi keltirilgan.

Shunday qilib, tadbirkor bo'lishga ahd qilgan kishi, o'zining imkoniyatlari, qobiliyatlari, shu jumladan o'z izlanuvchilik qobiliyatini aniq o'lchay bilishi kerak. Biznes – bu ishni chuqur bilish, kundalik tinimsiz mehnat, bir me'yordagi iqtisodiy sharoitdagi yuz beradigan doimiy raqobat, unga faqat o'z ishining ustasigina turib bera oladi.

Tadbirkorning umumijtimoiy sifatlariga: ma'naviy sifatlar, ijtimoiy, ruqiy va tabiiy-genetik sifatlar kiradi.

Ma'naviy va ijtimoiy-ruhiy sifatлари 9.6-chizmada keltiriladi.

Ma'naviy sifatlar — bu tadbirkorlik faoliyatida zarur bo'lgan sifatlardan bo'lib, unga tadbirkorning dunyoqarashi, tarbiyasi, e'tiqodi kabilar kiradi.

Ijtimoiy-ruhiy sifatlar — bu tadbirkorning jamiyatga foydali bo'lishini ta'minlovchi, unga tabiat tomonidan berilgan sifatlardir.

9.6-chizma. Tadbirkorning ma'naviy va ijtimoiy sifatleri

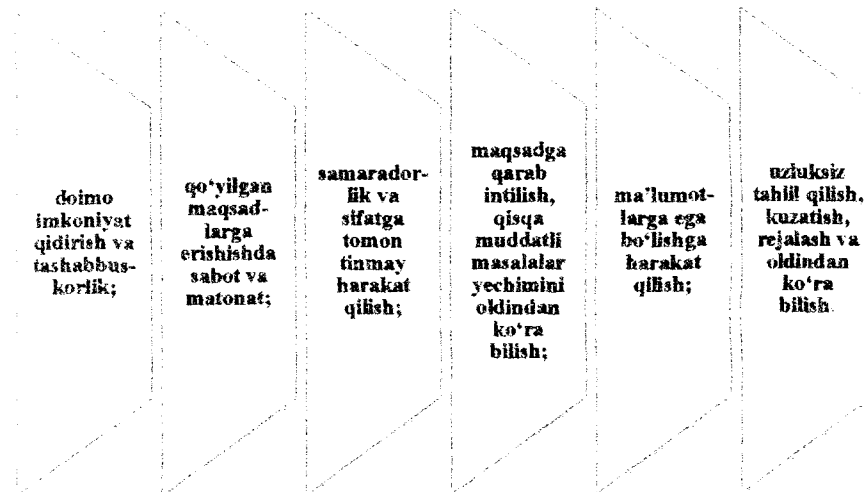
Tadbirkorning kasb sifatlariga quyidagilar kiradi: ishni miridan-sirigacha bilish, intellektual-irodaviy, tashkilotchilik sifatleri. Ishni miridan-sirigacha bilish — bu kishini lavozimga saylashda eng muhim bo'lgan sifatdir.

Kompetentlik degani — tadbirkorning biror masalani yechish yuzasidan va tajribaning yetarliligi va huquqiy jihatdan asoslanishi, ya'ni masalani hal qilishga haqqi borligini bildiradi. Shuning uchun tadbirkor, huquq, tadbirkorlik, menejment, marketing asoslari sohasida maxsus bilimlarga ega bo'lishi kerak.

Intellektual irodaviy sifatlar — bu tadbirkorning aql-ifodasi, sabot va matonati kabi sifatlarini o'z ichiga oladi. To'g'rilik — odamlar bilan odob-axloq asosiga qurilgan munosabatni, xush fe'llikni, to'g'rilik esa har qanday vaziyatda o'zini tuta bilishni anglatadi.

Xushmuomalalik — xulq-atvorning kundalik xususiyati bo'lib, odamlarni hurmat qilishni anglatuvchi axloqiy qadriyatdir.

Tashkilotchilik sifatlariga esa tadbirkorning faoliyatini uyushtirish va boshqarish, shu jumladan, ishchi-xizmatchilarni ishga yondashish ularni ishonтира olish va ilqomlantirish kabi sifatlar kiradi.



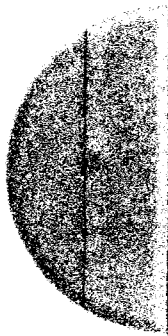
9.7-chizma. Tadbirkorning shaxsiy sifatleri

Tadbirkorning shaxsiy sifatleri tarkibini yana quyidagi sifatlar bilan to'ldirish mumkin: odamlar bilan ishlay olish tajribasi, oliy ma'lumot hajmidagi maxsus bilimlar, ijodiy faollik, omilkorlik, vaziyatga baho bera olish, kelajakni ko'ra olish va boshqalar (9.7-chizmaga qarang).

Ammo, yuqorida qayd qilingan hamma sifatlariga ega bo'lgan to'kis bir tadbirkorni topish qiyin, chunki, odatda, bir kishida bunday xislatlarning hammasi jamul-jam bo'lishi mumkin emas. Shunday bo'lsada tadbirkorlar bunday xislatlarga to'liq ega bo'lishga intilishlari lozim.

9.4. Xizmat yuzasidan munosabatlar

Biznes yutug'i nafaqat firma ishini iqtisodiy ko'rsatkichlariga, balki sezilarli darajada tadbirkorning o'z xizmatchilari bilan munosabati naqadar to'g'ri yo'lga qo'yilganligiga ham bog'liq. Yuqori natijaga erishayotgan ishbilarmonlar o'z ishida inson omiliga katta e'tibor beradilar, ya'ni o'z xizmatchilari bilan munosabatlarini o'zaro hurmat, tartib, haqqo'ylik, odillik asosida quradilar. Tadbirkor va ishchilarning munosabatlari asosiy ish bitimida belgilanadi. Ish bitimidagi asosiy tartib-tamoyillar 9.8- chizmada keltirilgan.



- Ishchi majburiyatlari.
- Ish haqini to'lanishi va muddati.
- Ish kunining davomiyligi.
- Bevosita rabbari.
- Malaka oshirish, ish haqini oshirish sharti va boshqa masalalar.
- Mehnat ta'tilining davomiyligi va sharti, kasallik varaqasi bo'yicha haq to'lash va boshqa yengillik hamda ijtimoiy imtiyozlar.
- Ishga olinayotgan har bir kishiga uch oydan olti oygacha sinov muddati belgilash ma'qul. Shu davr ichida yangi ishchining aynan biror ishni mutaxassislik darajasiga va malakasiga, lavozim talablarini hisobga olgan holda o'rganish mumkin.

9.8-chizma. Asosiy ish bitimida qisman yuqoridagilar izohlanadi

Insonning jamoa bilan kirishib ketishi, spirtli ichimliklarga munosabati, intizomiylik va uning kasb sifatiga bevosita bog'liq bo'lmagan sifatlari kuzatish manbai bo'lib xizmat qilishi mumkin emas. Tekshirish davomida kuzatilayotgan ishchilarning zarur bilim va amaliy mahorati aniqlanadi. Tadbirkor boshliqlar, mutaxassislar va xizmatchilarning majburiyatlari hajmi haqida qo'shimcha ko'rsatma va nizomlarda ko'rsatib qisqartirish yoki ko'paytirish mumkin. Bunday holda ishchi mahalliy sharoitga nisbatan ma'lum ko'rsatmalarda ko'rsatilgan vazifalarni bajara olishligi bo'yicha sinovdan o'tkaziladi. Ishchini sinash faqat tadbirkor tomonidan emas, balki ikkala tomonning roziligi bilan o'tkaziladi, chunki u mehnat shartnomasining qo'shimcha shartlarini aks ettiradi.

Agar mehnat shartnomasi tuzilayotganda sinov o'rnatilganligi haqida tomonlarning roziligi bo'yicha bitimlar bo'lmasa, ishchi sinovga bardosh bermaganligini sabab qilib uni ishdan bo'shatish mumkin emas. Sinov shartlari ishga qabul qilish haqidagi buyruqda albatta o'z aksini topishi kerak. Aks holda agar u arizasida yoki og'zaki holda ishga qabul qilinganligiga rozi bo'lgan bo'lsa, u sinov shartsiz ishga qabul qilingan hisoblanadi.

Tadbirkor strukturalarida kasb va lavozimlar o'zaro bog'liqligi bu tadbirkor jamoalarning birgalikda ishlashga intilishini oshiradi, ishlab chiqarish jarayonida tashkilotchilik va boshqarish yuzasidagi masalalarni hal qilishni yengillashdiradi, mehnat jamoasining ishchilar o'rtasida u yoki bu ishchining taqsimotini tekshirishni ta'minlashga imkon beradi.

Tadbirkorning o'z xizmatchilari bilan munosabatini mustahkamlashida quyidagilar katta ahamiyatga ega (9.9-chizma):

Ishchi va xizmatchilarning firma ishini muhim masalalarini mubokama qilish va yechishga kengroq jalb qilish, firma bo'linmalarining boshliqlari bilan muntazam ravishda muloqot qilish.

Ishchi va xizmatchilar orasida javobgarlikni oshirish maqsadida va ishdagi bir oqanglikni yo'qotish muammosini hal qilish uchun ishni vaqti-vaqti bilan taqsimlab berish. Masalan, konveyerda ishlayotgan ishchiga biror bir mashinani butun bir qismini yig'ishni, kotibaga direktor yordamchisi vazifalarini bajarishni topshirish mumkin, bular uning shaxsiy qadriyat qissalarini oshiradi.

O'z ishchilarining malakasini oshirish haqida qayg'urish, malakali xodim firma ishining samaradorligini oshiradi, yangiliklarni faolroq tatbiq etadi.

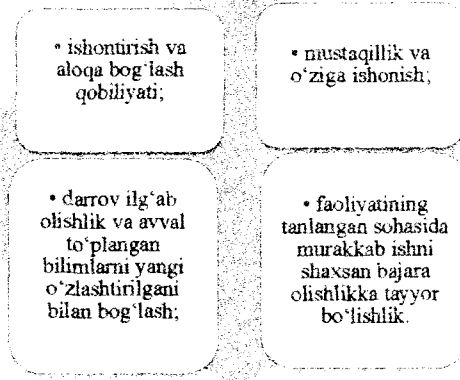
Ish haqini ishchining kasb mahoratini o'sishiga qarab oshirib borish.

O'z xizmatchilarining farovonligi haqida doimo qayg'urish.

9.9-chizma. Tadbirkorning o'z xizmatchilari bilan munosabatini mustahkamlash tartibi

Tadbirkorlar mijozlari bilan aloqa o'rnatishda quyidagilarni bajarishi zarur (9.10-chizma):

Mavzu bo'yicha savollar:



9.10-chizma. Tadbirkorlar mijozlari bilan aloqa o'rnatish qoydasi

Hozirgi kunda ko'plab mamlakatlarda tadbirkorlik faoliyati individual va jamoaviy mehnatni biridir. Shuning uchun tadbirkorlik madaniyati mohiyatini o'rganish ayniqsa, O'zbekiston uchun muhim va dolzarbdir, chunki bozor munosabatlari rivojlanishi, jamiyatning yangi tuzilishini shakllantirish, an'anaviy boshqaruv tizimlarining o'zgarishi, iqtisodiy mustaqillikning kengayishi, tadbirkorlik sohalari ushbu jarayonlarga mos keladigan tashkil etishning eng muhim shaklidir.

Tijorat va notijorat sohalarda tadbirkorlik madaniyatini shakllantirish davlatning sivilizatsiyalashgan bozor munosabatlarini barpo etishdagi uzoq muddatli strategik vazifalaridan mentalitet va tadbirkorlik madaniyatini shakllantirishni talab qiladi.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Etika. Tadbirkorlik madaniyati. Tafakkur. Korporativ madaniyat. Imidj. Mavqei. Odob-axloq. Tadbirkorlik etikasi. Me'yor. Qoida. Ishbilarmonlar kodeksi. Etika kodeksi. Biznesmen kodeksi. Muloqot madaniyati. Tadbirkor odob-axloqi. Model. Sifat. Qobiliyat. Raqobat. Tadbirkorning umumijtimoiy sifatlari. Omilkorlik. Ish bitimi. Intizomiylik. Mehnat shartnomasi. Mentalitet.

1. Tadbirkorlik madaniyati nimalar bilan chambarchas bog'liq?
2. Tadbirkorlik madaniyatini shakllanishida birinchi o'rinlar qaysi omillar bilan belgilanadi?
3. Tadbirkor imidjini ifodalab bering.
4. Tashkilot qiyofasi tarkibiy qismlari nimalarni o'z ichiga olgan?
5. Kompaniyaning madaniyati qanday ichki omillar bilan belgilanadi?
6. Tadbirkorlik etikasi deganda nimani tushunasiz?
7. Etika atamasini yoritib bering.
8. Biznes etikasining asosiy qoidalariga nimalar kiradi?
9. Biznesmen kodeksi kimlar tomonidan ishlab chiqilgan va unda nechta ish yuritish qoidasi mavjud?
10. Tadbirkor odob-axloqi deganda nimani tushunishimiz mumkin?
11. Tadbirkor shaxsiy sifatlarining strukturaviy modelini necha xil sistema ko'rinishida namoyish qilish mumkin? Har birida qanday sifatlar keltirilgan?
12. Tadbirkor bo'lishga ahd qilgan kishi, nimalarni aniq o'lchay bilishi kerak?
13. Biznes – bu ish jarayon ekanligi nuqtayi nazardan kelib chiqqan holda, aytingchi, undagi hodisa va faoliyat nimalardan iborat bo'ladi?
14. Tadbirkorning umumijtimoiy sifatlari to'g'risida ma'lumot bering.
15. Omilkorlik fazilat nimani anglatishi mumkin?
16. O'z xizmatchilari bilan tadbirkor munosabatlarini nimalarga asoslantirishi darkor?
17. Mehnat shartnomasi bo'yicha nimalar nazarda tutiladi?
18. Nima uchun tadbirkorlik madaniyati mohiyatini o'rganish ayniqsa, O'zbekiston uchun muhim va dolzarbdir?

10. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING EKSPORT SALOHIYATINI BAHOLASH

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

10.2. Kichik biznes va tadbirkorlikning eksport salohiyati.

10.3. O'zbekistonning eksport bo'yicha ko'rsatkichlari.

10.4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyati uchun yaratilgan imkoniyatlar.

10.5. O'zbekiston Respublikasining tashqi savdo aylanmasi.

10.6. Ekportning tovar va geografik tarkibini takomillashtirish.

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

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

Eksport tarkibida bir yoki bir necha tovarlar ulushining sezilarli darajada ortib ketishi bu tovarlar narxi pasaygan yoki ularga tashqi talab qisqargan holatlarda eksportchi korxonalarini og'ir ahvolga solib qo'yishi mumkin. Buning natijasida eksport hajmining qisqarishi valuta tushumlarining kamayishi, tashqi savdo balansining yomonlashuvi va korxonalar moliyaviy ahvolidan tanglikka yuz tutishiga olib kelishi mumkin.

Shuningdek, eksport umumiy hajmining kam sonli davlatlarga bog'lanib qolishi ham qaltis holat hisoblanadi. Prezidentimiz tomonidan ma'ruzada ilgari surilgan tayyor raqobatbardosh mahsulotlar eksportini faol oshirish va bu mahsulotlar yetkazib beriladigan mamlakatlar geografiyasini yanada kengaytirish vazifasini amalga oshirish eksport hajmini barqaror o'stirish, tashqi bozordagi o'zgarishlar ta'sirida uning hajmi keskin kamayish xavfini bartaraf etish imkonini beradi. Eksport qilinayotgan tovarlarni diversifikatsiya qilish, ularni import qiluvchi

mamlakatlar geografiyasini kengaytirish bu mamlakatlardan biri yoki bir guruhining iqtisodiyotida muammolar ro'y berganda ham eksport hajmining keskin pasayib ketishiga yo'l qo'yimaslik imkonini beradi.

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

10.2. Kichik biznes va tadbirkorlikning eksport salohiyati

Hozirgi kunda aholini ish bilan band qilishlik darajasi dunyoning ko'pgina mamlakatlarida katta qiyinchiliklarni keltirib chiqarmoqda, aholinning yetarli darajada o'z daromadiga ega bo'lmasligi esa davlatning ishlab chiqarishiga be'vosita ta'sir ko'rsatadi.

Chetdan olib kelinmayotgan mahsulotlar – ya'ni **import** tovarlar shahar, qishloq va ovullar aholisi tomonidan yaxshi kutib olinmasa, sotib olinmasa bunday hol ma'lum bir qarzlik holatini keltirib chiqaradi. Biznesda mablag' aylanmasi har tomonlama to'g'ri yo'lga qo'yilgan taqdirdagina ishlab chiqarish jadal rivojlanadi. Iqtisodiy bo'g'in ham to'xtamay faoliyatida davom etib ketadi. Importning jufti bo'lgan so'z bu eksportdir.

Eksport bu – tovarlarni chet ellik mijozlarga sotish bo'lib, bunda mazkur mamlakatda ishlab chiqarilgan tovarlar mamlakatdan tashqariga chiqariladi. Tovarlarni bir mamlakat orqali olib o'tish – **tranzit**, bir mamlakatdan olib kelingan tovarlarni boshqa mamlakatlarga sotish uchun chiqarish – **reeksport** deb yuritiladi.

Har qanday davlat uchun eksport import va chet ellarda boshqa xarajatlarni to'lash uchun zarur bo'lgan chet el valutasining asosiy manbai. Eksportni kengaytirish muhim masala hisoblanadi va davlat eksport uchun muljallangan ishlab chiqarishni qo'llab quvvatlashning turli shakllarini keng qo'llaydi – bular, soliq imtiyozlari va boshqa moliyaviy ko'maklardir, eksportni davlat tomonidan kreditlash ham shular jumlasidandir.

Eksportni cheklash aksariyat hollarda muayyan mamlakatlar bilan olib boriladigan savdoga embargo joriy etish yo'li bilan siyosiy maqsadlarda amalga oshiriladi. Ayrim tovarlar eksporti ba'zan iqtisodiy yoki ekologik sabablarga ko'ra cheklanadi. O'zbekiston Respublikasining

Bojxona kodeksiga muvofiq, tovarlar eksporti bojxona rejimida, bojxona to'lovlari va/yoki yig'imi to'langanidan keyin, iqtisodiy siyosat tadbirlariga rioya etilgan va qonunchilikda nazarda tutilgan boshqa talablar bajarilgan hollarda O'zbekiston Respublikasining bojxona hududidan chetga chiqariladi.

Eksport bilan shug'ullanuvchi ko'pgina mamlakatlarda eksport tovarlari qo'shilgan qiymat solig'idan va shunga o'xshash soliqlardan ozod qilinadi. Mamlakatning o'zida ishlab chiqarilayotgan moddiy boyliklar eksport tarkibi milliy iqtisodiyotining o'ziga xos xususiyatlari, uning xalqaro mehnat taqsimotidagi o'ri bilan bog'liq. Sanoat rivojlangan mamlakatlarga sanoat mahsulotlari, ayniqsa, mashinasozlik mahsulotlari va texnologiyalar eksport qilish xos bo'lsa, agrar iqtisodiyotga ega bo'lgan mamlakatlar eksportida xomashyo va oziq-ovqat asosiy rol o'ynaydi. Yakka ziroatchilik xo'jaliklari hukmron bo'lgan mamlakatlar eksportida 1-2 tovar turi asosiy o'rinni egallaydi.

Har bir davlatning o'z eksport mahsuloti mavjud. Shu jumladan, O'zbekistondan eksport qilinuvchi tovarlar ham mavjud bo'lib ular soni yil sayin oshib bormoqda. Ularning tarkibiga neft mahsulotlari, energiya tashuvchilar, qora va rangli metallurgiya, kimyoviy mahsulotlar va ularning sanoati, paxta, avtomobilsozlik mahsulotlari va boshqalar kiradi. 2017-yilgi statistikaga ko'ra eksportimiz 13,953 mlrd dollarni tashkil etdi.

10.3. O'zbekistonning eksport bo'yicha ko'rsatkichlari

O'zbekistonning eksportida so'nggi bir necha yildan beri xizmatlar eksportining ulushi tobora o'sib bormoqda. Ayni vaqtda, terimiga har yil kuzda minglab boshqa kasb egalari ham jalb etiladigan paxta tolasining eksporti yildan yilga qisqarib bormoqda. «Daryo» O'zbekistonning 2006-yildan 2017 yilgacha bo'lgan eksport ko'rsatkichlarini bir sahifaga jamlashga urinib ko'rdi. Bunda O'zbekiston Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari va Massachusetts texnologiya institutining Media laboratoriyasi tomonidan tayyorlangan OEC loyihasida e'lon qilingan raqamlarga tayanildi.

OEC loyihasida e'lon qilingan raqamlar BMTning UN Comtrade dasturidan olingan va unda, eng asosan, xizmatlar eksportining ulushi hisobga olinmagan. BMTning ushbu sho'basi esa mazkur statistik axborotni O'zbekistonning davlat idora va muassasalaridan, shuningdek,

O'zbekiston a'zo hisoblangan xalqaro tashkilotlardan olgan. OECdagi bazada eksport qilingan mahsulotlar nomi konkret ko'rsatilgan, shuningdek, ular nisbatan aniqroq turkumlangan. Xususan, eksport qilingan mashina va uskunalar tarkibida avtomobillarning, oziq-ovqat mahsulotlari tarkibida meva-sabzavotning ulushini aniq ko'rish mumkin. Aksincha, paxta xomashyosi va paxta tolasi bilan bog'liq mahsulotlar turi shu qadar ko'pki, ularni aniq xomashyo va tola sifatida ajratib olish mushkul. Shu bois, paxta va uni qayta ishlash natijasida hosil bo'ladigan barcha mahsulotlar yengil sanoatga aloqador bo'lganidan kelib chiqib, butun to'qimachilik sanoati bir turkum sifatida ajratildi.

Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosidagi O'zbekistonning eksport -import ko'rsatkichlari:

Asosiy kapitalga investitsiyalar hajmi kamayib, o'tgan yilning shu davriga nisbatan 89,5 foizni tashkil etdi. Shuningdek, qurilish ishlari hajmi 6,5 foizga o'sdi.

O'tgan yilning shu davriga nisbatan chakana tovar aylanmasi 3,8 foizga, xizmat ko'rsatish 9,9 foizga oshdi.

2020 yil yanvar-mart oylarida respublikaning tashqi savdo aylanmasi 8,1 mlrd. AQSH dollarini, shu jumladan eksport – 3.37 mlrd. AQSH dollari, import 4.76 mlrd. AQSH dollarini tashkil etdi.

Tovar aylanmasi hajmi o'tgan yilga nisbatan kamaydi va o'tgan yilning shu davriga nisbatan 89,8 foizni tashkil etdi. Shu bilan birga, eksport hajmi importga nisbatan kamayib, o'tgan yilning shu davriga nisbatan 89,1 foizni, import esa 90,3 foizni tashkil etdi.

Tashqi savdo balansining saldosi salbiy bo'lib, 1 390,9 mln. AQSH dollarini tashkil etdi.

Ko'plab yo'nalishlarda birinchi chorak ko'rsatkichlari etarlicha ijobiy natijani qayd etgani ushbu davrning ko'p qismida O'zbekiston iqtisodiyoti koronavirus infeksiyasi bilan bog'liq cheklov choralari ta'sirini sezinaganidan dalolat beradi. Shunga qaramay, boshqa mamlakatlar tomonidan pandemiyaga qarshi kurash bo'yicha ko'rilayotgan choralar tashqi iqtisodiy faoliyat natijalariga allaqachon o'zining salbiy ta'sirini etkazdi. Boisi cheklov choralari boshqa mamlakatlar tomonidan ancha avval qo'llanila boshlangan.

10.4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyati uchun yaratilgan imkoniyatlar

2017– 2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi doirasida respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishini yanada rag‘batlantirish maqsadida keng ko‘lamli institutsional va tizimli islohotlar amalga oshirilmoqda. O‘zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi tizimi qaytadan isloh qilinib, biznes rivojlanishini qo‘llab-quvvatlashda yangi yondashuvlar tadbiriq etilgani, tadbirkorlik subyektlarining qonuniy manfaat va huquqlarini himoya qilishning mutlaqo yangi tizimi joriy etilgani, biznes bilan muloqot qilishning, ayniqsa, viloyat, shahar va tumanlarda samarali mexanizmi joriy etilgani mamlakatimizda ushbu sohada olib borilayotgan ishlarga misol bo‘la oladi.

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

Shuni inobatga olgan holda, davlatimiz tomonidan tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyatini rivojlantirish uchun ham so‘nggi yillarda keng ko‘lamli ishlar amalga oshirilgan.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari eksport salohiyatini yanada kengaytirish, ularga zamonaviy, chet el bozorlarida raqobatdosh mahsulot ishlab chiqarishni ko‘paytirishda va uni eksportga chiqarishda zarur huquqiy, moliyaviy va tashkiliy yordam ko‘rsatish, mamlakatimizning eksport qiluvchi tadbirkorlarini tashqi bozor kon‘yunkturasi o‘zgarishlari xavf-xatarlaridan ishonchli himoya qilishni ta‘minlash maqsadida Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksportini qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasini tashkil etildi. Joriy yilning o‘zida ushbu Fond tomonidan 2 162 ta tadbirkorlik subyektlariga o‘z tovar va xizmatlarini eksport qilishda huquqiy, moliyaviy va tashkiliy xizmatlar ko‘rsatilgan, jumladan, 1 767 ta tadbirkorlik subyektlariga tashqi bozorlarni o‘rganishda, 127 ta tadbirkorlik subyektlariga xorijiy

hamkor topishda, 135ta tadbirkorlik subyektlariga xalqaro ko‘rgazmalarda ishtirok etish, xalqaro sertifikatlar olish va bojxona chizmaylashtiruvchi amalga oshirishda ko‘mak berilgan. Buning natijasida joriy yilning to‘qqiz oyi yakunlari bo‘yicha 395 ta tadbirkorlik subyektlari tomonidan 1 093 mln. dollarlik eksport amalga oshirilgan. Tadbirkorlikni moliyaviy qo‘llab-quvvatlash maqsadida esa Fond tomonidan umumiy qiymati 5 219 mln. so‘m, shundan 4 030 mln. so‘m miqdorida foizsiz moliyaviy qarzga moliyaviy ko‘mak ajratilgan.

United Nations Development Programme: Human Development Index

Davlat	Reytingdagi pozitsiya	IRI
Belarus	50	0.798
Rossiya	50	0.798
Qozog‘iston	56	0.788
Ozarbajon	78	0.751
Ukraina	81	0.747
Armaniston	85	0.733
Moldaviya	107	0.693
Turkmaniston	109	0.688
O‘zbekiston	114	0.675
Qirg‘iziston	120	0.655
Tojikiston	129	0.624

Yuqoridagi jadvalda ko‘rinishi bo‘yicha, O‘zbekistonning 10 ta mamlakat ichida inson rivojlanishi indeksi 0.675 tashkil qilishi va umunjahon reytingdagi 114 o‘mini band etgan. Mamlakatimizning tovar aylanmasi hajmi 146,8%, eksport esa 131,1% o‘sish sur‘atlarini ta‘minlanishiga erishildi.

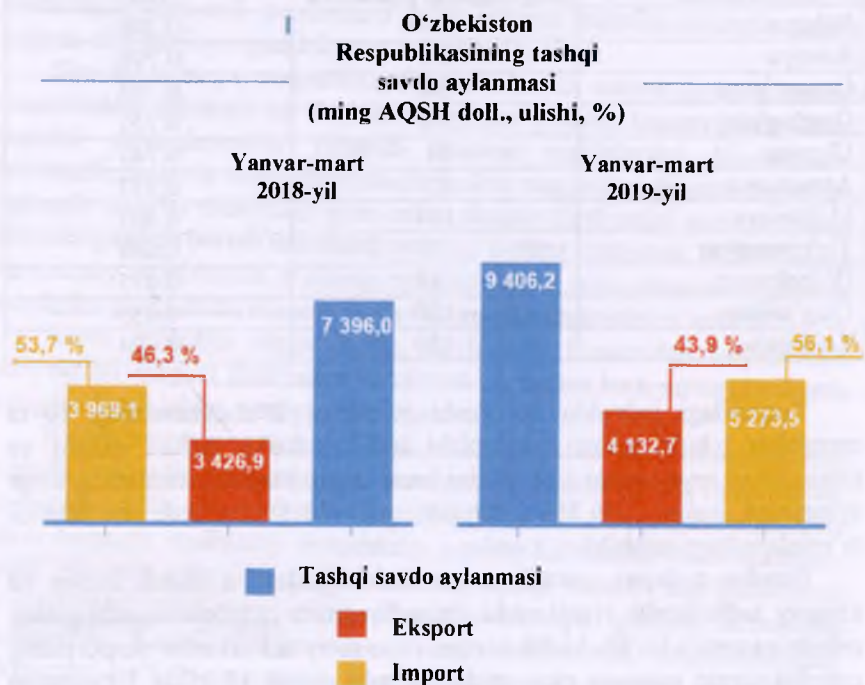
Bundan tashqari, yaratilayotgan imkoniyatlar va kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishi iqtisodiyotimiz raqobatbardoshligining oshishiga zamin bo‘lib, kichik biznes va xususiy tadbirkorlar eksportining mamlakatimiz umumiy eksportidagi ulushi oxirgi 15 yilda 3 marotaba oshgan va bugungi kunda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

10.5. O'zbekiston Respublikasining tashqi savdo aylanmasi

Import tarkibining asosiy ulushi 38,9% bilan mashina va asbob-uskunalar guruhi va 16,5% bilan kimyo mahsulotlari va undan tayyorlangan buyumlar guruhi hissasiga to'g'ri kelmoqda.

Quyidagi rasmda tovar va xizmatlarning import tarkibi, jamiga nisbatan foizda (tashqi aylana 2017-yil yanvar–dekabr, ichki aylana 2016-yil yanvar–dekabr uchun) ko'rsatilgan.

O'zbekiston Respublikasining I chorak tashqi savdo aylanmasi quyidagi hajmda bo'lgan:



Shuni ta'kidlash joizki, davlatimiz rahbari o'tkazgan kengaytirilgan yig'ilishda belgilab berilgan Fond faoliyatini yanada takomillashtirish, viloyatlarda tadbirkorlik subyektlariga eksport faoliyatini amalga

oshirishda ko'maklashish samarali faoliyatini tashkil etishga qaratilgan markazlar tashkil etishni nazarda tutuvchi hukumat qarori loyihasi Vazirlar Mahkamasiga kiritilgan. Uning qabul qilinishi tashqi bozorlarga chiqishda zarur moliyaviy, marketing va tashkiliy yordam ko'rsatishni yanada takomillashtiradi. Shuningdek, tadbirkorlik subyektlarining eksportga qaratilgan faoliyatini rag'batlantirish uchun bir qator soliq, bojxona imtiyozlari, boshqa preferensiyalar yaratishni taqozo etadi.

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

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

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

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

Bundan tashqari, davlatimiz rahbarining «Tashqi bozorlarda mahalliy mahsulotlarning eksport qilinishi va raqobatdoshligini ta'minlashni yanada rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida» 5057-sonli Farmonga asosan, tadbirkorlik subyektlari uchun 100 ming dollargacha bo'lgan miqdordagi tashqi bozorlarga mahsulot yetkazib berish uchun oldindan to'lov shartisiz eksport qilish huquqi berildi.

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Valuta siyosatini liberallashtirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida» 5177-sonli Farmoni bilan respublikamizda ishlab chiqariladigan mahsulotlarning tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirishga, ishlab chiqarish uchun zarur mahsulotlarni import qilishda xorijiy

valutaga ehtiyoj bo'yicha mavjud bo'lgan muammolarni bartaraf etishga qaratilgan zarur shart-sharoitlar yaratib berildi. Ma'lumki, ushbu farmon bilan yana joriy yilning sentabr oyidan eksport qiluvchi xo'jalik subyektlari uchun mahsulotlar (ishlar, xizmatlar) eksport qilishdan valuta tushumlarining majburiy sotish bo'yicha talab ham bekor qilindi. Yana shuni alohida ta'kidlash zarurki, eksportbop, sifatli mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirish, korxonalarimiz raqobatbardoshligini yanada oshirish maqsadida, Prezidentimiz tomonidan «O'zbekiston Respublikasi tashqi iqtisodiy faoliyatini yanada tartibga solish chora-tadbirlari to'g'risida»gi 3303-sonli qarori qabul qilindi. Ushbu qaror bilan respublikamizda ishlab chiqarilmaydigan xomashyo, material, asbob-uskuna bilan korxonalarni ta'minlash maqsadida ushbu tovarlarga bojxona boji va aksiz solig'i stavkalari deyarli olib tashlandi. Yaratilayotgan bunday imkoniyatlar shubhasiz iqtisodiyotimiz raqobatbardoshligini oshirishga, uning tayanchi bo'lgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yanada rivojlanishiga, ularning qulay ishlab chiqarish muhitida faoliyat olib borishiga va pirovardida eksportni yanada rag'batlantirishga xizmat qiladi.

10.6. Eksportning tovar va geografik tarkibini takomillashtirish

Respublikamiz eksporti va importining tovar va geografik tarkibini takomillashtirish orqali raqobatbardoshlikni oshirish bir qator vazifalarning amalga oshirilishini taqozo etadi. Xorijiy davlatlarda mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan, yoki ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish mumkin bo'lgan mahsulotlarga bo'lgan talabni o'rganish, bunday tovarlar bozorlariga kirib borish va raqobat qilish strategiyasini ishlab chiqish eksport qilinayotgan tovarlar sonini va mamlakatlar geografiyasini kengaytirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Jahon bozorlarida korxonalarimiz mahsulotlarining raqobatbardoshligini ta'minlashda quyidagi chora-tadbirlarning amalga oshirilishi muhim ahamiyat kasb etadi:

- eksport qiluvchi korxonalariga mahsulot tayyorlash va sotish xarajatlarini kamaytirishda ko'maklashish;
- ularni tashqi bozor kon'yunkturasi-dagi o'zgarishlar, istiqbolli bozorlar, raqobatchilar to'g'risida olib borilgan tadqiqotlar natijalari bilan tanishtirish;
- transport-kommunikatsiya tizimlarini rivojlantirish;
- yangi transport yo'laklarini ochish orqali transport xarajatlarini kamaytirish va h.k.

Bu borada har bir tarmoq uchun ishlab chiqilishi ko'zda tutilayotgan 2017 – 2020-yilga mo'ljallangan tayyor mahsulotni yangi tashqi bozorlarga chiqarish bo'yicha maxsus dasturlarda eksport hajmini oshirish, eksport qilinadigan yuklarni tashish tizimini takomillashtirish, eksportchi korxonalarni marketing, moliya va tashkiliy-huquqiy qo'llab-quvvatlash masalalari o'z aksini topadi. Xulosa qilib aytish mumkinki, eksport hajmini oshirish, uning tarkibini takomillashtirish, umuman tashqi savdo aylanmasini divesifikatsiya qilish iqtisodiyotimiz tarkibiy tuzilishida sifat o'zgarishlariga erishish, uning raqobatbardoshligini oshirish orqali iqtisodiy yuksalish va aholi turmush farovonligini yanada ko'tarish maqsadlariga xizmat qiladi.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Eksport. Nomenklatura. Tashqi savdo balansi, Diversifikatsiya, Import. Mavqei. Daromad. Tranzit. Reeksport. Embargo. Bojxona. Xalqaro mehnat taqsimoti. Ziroatchilik. Loyiha. Xizmatlar. Birlashgan Millatlar Tashkiloti (BMT), Muassasa. Strategiya. Raqobatdosh. Bozor kon'yunkturasi. Qo'llab-quvvatlash jamg'armasi. Sertifikat. Preferensiya. Realizatsiya. Aksiz solig'i. Mikrofirmalar. Eksportbop mahsulot. Tashqi savdo aylanmasi saldosi. Geografik tarkib.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. Eksport tushunchasiga ta'rif bering.
2. Tashqi savdo balansi deganda nima tushuniladi?
3. Tashqi bozordagi o'zgarishlar ta'sirida eksportning hajmi keskin kamayishi xavfini bartaraf etish imkonini beruvchi choralar to'g'risida ma'lumot bering.
4. Eksport qilinayotgan tovarlarni divesifikatsiya qilish nima uchun zarur?
5. Chetdan olib kelinayotgan mahsulotlar – ya'ni import tovarlar shahar, qishloq va ovullar aholisi tomonidan yaxshi kutib olinmasa, sotib olinmasa nimani keltirib chiqarishi mumkin?
6. Biznesda nimani kerakli yo'lga qo'yilgan taqdirdagina ishlab chiqarish jadal rivojlanadi?
7. Tranzit atamasini yoritib bering.

8. Reeksport degani nima?
9. Embargo – bu qanday chora?
10. O‘zbekiston Respublikasining bojxona hududidan eksport qilinmoqchi bo‘lgan tovarlar tadbirkorlar tomonidan qanday talablar bajarilgandan so‘ng chiqariladi?
11. O‘zbekistondan eksport qilinuvchi tovarlarni misol keltiring.
12. Xizmatlar eksporti deganda nimani tushunmoq kerak?
13. Sanoat – bu biron bir mahsulotlar turiga qarab turkumlangan ishlab chiqarish soha ekanligi nuqtayi nazardan kelib chiqqan holda, aytgunchi, undagi mahsulot ixtisoslashuvi nima asosida shakllantirilgan bo‘ladi?
14. 2017 – 2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasi doirasida respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishini yanada rag‘batlantirish maqsadida nimalar nazarda tutilgan?
15. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksportini qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasini tashkil etilishini boisi nimada?
16. Tadbirkorlik subyektlarining eksportga qaratilgan faoliyatini rag‘batlantirish uchun nimalarni yaratilishi taqozo etiladi?
17. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yanada rivojlanishiga, ularning qulay ishlab chiqarish muhitida faoliyat olib borishiga va pirovardida eksportni yanada rag‘batlantirishga xizmat qiluvchi davlat organlari tomonidan qanday qaror va farmonlar mavjud?
18. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2000-yilning 5-iyundagi 2613-sonli Farmonida eksport qiluvchilarga nimalar nazarda tutilgan?
19. Tashqi savdo aylanmasi saldosi nimani anglatadi?
20. Respublikamiz eksporti geografik tarkibini kengaytirishga ijobiy ta‘sir ko‘rsatuvchi omillarni keltirib o‘ting.
21. Jahon bozorlarida korxonalarimiz mahsulotlarining raqobatbardoshligini ta‘minlashda qaysi chora-tadbirlarning amalga oshirilishi muhim ahamiyat kasb etadi?

11. TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA ISHLAB CHIQRISHNI KLASTER USULIDA TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

- 11.1. Ishlab chiqarish klasterlari samaradorligini nazariy-uslubiy asoslari.
- 11.2. Ishlab chiqarishni klaster asosida boshqarishni tashkil etishning xorijiy tajribasi.
- 11.3. O‘zbekiston yengil sanoatida ishlab chiqarishni tashkil etish klasteri samaradorligi.

11.1. Ishlab chiqarish klasterlari samaradorligini nazariy-uslubiy asoslari

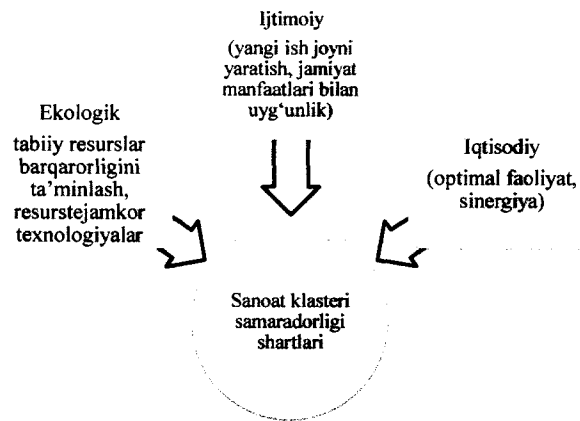
«Klaster» atamasi fransuzcha so‘z bo‘lib, o‘zbekcha tarjimai «panja», «bosh», «bog‘lam», «guruh», «to‘planish», «turg‘un» ma‘nolarini beradi.

Klaster (ing. Cluster) – ma‘lum bir yo‘nalishda ishlab chiqarilgan mahalliy lashtirilgan ishlab chiqarish sohasi yoki xizmatlarining almashinadigan elementi. Iqtisodiy klaster – bu ma‘lum bir hududda to‘plangan o‘zaro bog‘liq tashkilotlar (kompaniyalar, korporatsiyalar, universitetlar, banklar va boshqalar); mahsulotlar, butlovchi qismlar va ixtisoslashtirilgan xizmatlarni yetkazib beruvchilar; infratuzilma; ilmiy-tadqiqot institutlari; bir-birini to‘ldiradigan va alohida kompaniyalar va umuman klasterning raqobatdosh ustunliklarini oshiradigan boshqa tashkilotlar.

Klaster o‘z ishtirokchilarining o‘zaro raqobati, ishtirokchilarining hankorligi, mintaqaning noyob kompetensiyalarini shakllantirish, ma‘lum bir hududda korxonalar va tashkilotlarning konsentratsiyasini shakllantirish xususiyatlariga ega.

Klasterlar – bu qo‘shma qiymatlar zanjiri doirasidagi tashkilotlar va ijtimoiy guruhlarning o‘zaro ta‘sir shakli. Klasterlarni xoldinglar, professional uyushmalar, texnoparklar, texnoparklar va tumanlar, hududiy innovatsion tizimlar, hududiy ishlab chiqarish komplekslari va sanoat aglomeratsiyalari ajratib turishi kerak.

«Klaster» nazariyasini o‘rganish jahon hamjamiyatida tez sur‘atlarda o‘sib bormoqda va uni amaliyotda qo‘llash esa, milliy va mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishning asosiy yo‘nalishiga aylanmoqda, o‘zining quyidagi chizma (11.1-chizma)da keltirilgan samaradorligi sababi bois.



11.1-chizma. Sanoat klasterida ishlab chiqarish tuzilmalari faoliyati samaradorligi mezonlari

Klaster tashabbusi – bu klasterni yaratish va rivojlantirishning yo‘naltirilgan jarayoni. Klaster siyosati – bu davlat va jamoat tashkilotlari tomonidan klasterlar va klaster tashabbuslarining o‘rnatilish jarayoni. Faylasuf Konfutsiy haqida shunday hikoyat bor: u yoshligida baliqchining oldiga boribdi. Baliqchi unga baliqdan tutqazibdi. Shunda u baliqchiga qarab, «Menga yordam bermoqchi bo‘lsangiz, baliq bermang, balki uni tutishni o‘rgating. Shunda men bu hunar bilan oilamni boqaman, undan ortsa, qo‘shnilaringa, undan ham ortsa, xalqqa bera-man», debdi.

Yaqinda nashrdan chiqqan «Klaster – integratsiya, innovatsiya va iqtisodiy o‘rnatilish» kitobini o‘qib chiqsangiz, bu hikmatning mohiyatini yanada teran anglaysiz. Negaki, bugun tilimizga yangi atama – klaster kirib keldi. Uning mohiyatini amaliyotga birinchilardan bo‘lib tatbiq etayotganlar nihoyatda yaxshi bilishadi.

Mazkur kitob mualliflaridan biri Murtazo Rahmatov tashabbusi bilan Buxoro viloyatida innovatsion loyiha – paxta-to‘qimachilik klasteri loyihasi ro‘yobga chiqarilmoqda. Unga ko‘ra, klaster tizimida jami sakkizta korxonalar faoliyati yo‘lga qo‘yiladi. Paxta ekishdan to tayyor

mahsulotgacha bo‘lgan jarayonni yagona texnologik zanjirga birlashtirgan ushbu majmualar sohada innovatsion iqtisodiyotga o‘tishning muhim bosqichi hisoblanadi.

Ekspertlar hisob-kitoblariga ko‘ra, bugungi kunda dunyodagi ilg‘or davlatlar iqtisodiyotining qariyb 50 foizi klaster usuliga o‘tgan. Masalan, Yevropa Ittifoqida 2 mingdan ziyod klasterlar mavjud bo‘lib, ularda ishchi kuchining 38 foizi qamrab olingan. Daniya, Finlyandiya, Norvegiya, Shvetsiya sanoatida to‘liq klaster usuli tatbiq qilingan. AQSHda esa mamlakatdagi mavjud korxonalarining yarmidan ziyodi shu tizimda ishlab, ular tomonidan tayyorlanayotgan tovarlar yalpi ichki mahsulotning 60 foizini tashkil qiladi.

Ularning eng mashhuri sizni bizga tanish bo‘lgan «Silikon vodiysi»dir. 87 mingta kompaniya, 40 ta tadqiqot markazi va o‘nlab universitetlar faoliyat yuritadigan mazkur innovatsion klaster infratuzilmasiga 180 ta venchur firmasi, 47 ta investitsiya va 700 ta tijorat banki xizmat ko‘rsatib keladi. Xo‘sh, nima uchun jahonning eng ilg‘or iqtisodiyotlari aynan klasterlashtirish yo‘lidan bormoqda?

Germaniyalik mutaxassislar fikricha, aynan klaster kelajakdagi kuchli, murosasiz raqobat muhitida yutib chiqishning eng oqilona yo‘lidir. Zero, bunday mexanizm har qanday sharoitga moslasha oladi, ham iqtisodiy, ham ijtimoiy muammolarni izchillik bilan samarali yechib beradi, nafaqat muayyan hudud, balki davlatning xalqaro maydondagi raqobatdoshligini mustahkamlaydi, nufuzini oshiradi. Qolaversa, innovatsion iqtisodiyotga o‘tishning muhim bosqichi hisoblangan ushbu tizim ilm-fan, ta‘lim hamda ishlab chiqarish integratsiyasini chuqurlashtirish, yangi innovatsion texnologiyalarni amaliyotga jadal joriy etishga xizmat qiladi.

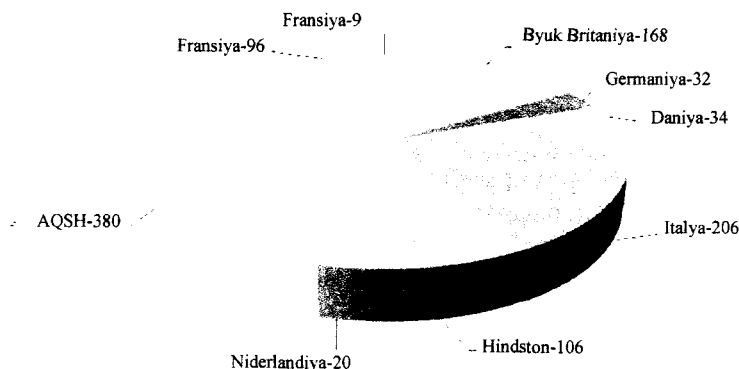
O‘zbekistonda ham mamlakat va jamiyatning mukammal innovatsion qiyofasini yaratishda klaster usulidan foydalanishga katta e‘tibor qaratilyapti. Bunga agrar sohada sa‘y-harakatlar yaqqol misol bo‘la oladi. Ayni paytda paxta-to‘qimachilik klasterlari soni ko‘payib borayotgani, kelgusida paxta yetishtiruvchi 133 tumandan 70 tasi to‘liq klaster tizimiga o‘tishi, yangi tuzilayotgan klasterlar tomonidan 41 korxonalar tashkil etilib, 25 mingga yaqin ish o‘rinlari yaratilishi rejalashtirilayotgani diqqatga sazovor.

11.2. Ishlab chiqarishni klaster asosida boshqarishni tashkil etishning xorijiy tajribasi

«Ishlab chiqarishni klaster asosida boshqarishni tashkil etishning xorijiy tajribasi» klasterlarni tashkil etishning zamonaviy konsepsiyalari, rivojlangan mamlakatlar tajribasi, yengil sanoat tarmog'ining o'ziga xos xususiyatlarini umumlashtirish asosida klasterlashtirish mexanizmlarini me'yoriy-huquqiy, tashkiliy-iqtisodiy va ilmiy-texnikaviy jihatdan takomillashtirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Keyingi 10 yil mobaynida 20 ta mamlakatda amalga oshirilgan 500 dan ortiq klaster tashabbuslarining tahlili keltirilgan. Ushbu mamlakatlar raqobatbardoshligining yuqoriligi raqobatbardoshlik lokomotivlari hisoblangan ayrim klasterlarning kuchli pozitsiyalariga bog'liqligi asoslangan. Klaster turidagi eng mashhur tizimlarga Silikon vodiysidagi (AQSH) kompyuter texnikasi va axborot texnologiyalari sohasi, Xelsinkidagi (Finlyandiya) aloqa va telekommunikatsiyalar, Gollivuddagi (AQSH) kino ishlab chiqarish, Moskva mintaqasidagi aerokosmik sanoat sohasi kompaniyalarining kooperatsiyasi misol bo'la oladi.

Quyidagi diagramma (11.2-chizma)da dunyoning rivojlangan mamlakatlarida tashkil etilgan va samarali faoliyat yuritayotgan klasterlarning umumiy soni tasvirlangan.



11.2-chizma. Jahonning ayrim mamlakatlari iqtisodiyotini klasterlashtirish darajasi (birlikda)

Bugungi kunda jahon biznesi rivojlanishida xalqaro klasterlar, shu jumladan, alohida mintaqalar doirasidan tashqariga chiquvchi klasterlar sonining tobora ko'payib borayotganligi ko'zga tashlanmoqda. Masalan, Yevropa maqomiga ega ko'plab klasterlar xalqaro darajaga chiqishga intilmoqda. Bu asosan xalqaro va transchegaraviy loyihalarga taalluqli. Fransuz farmasevtik klasteri Lui Paster universiteti orqali Kanadaning «Invivo» klasteri bilan hamkorlik qiladi. Bunday hamkorlikdan ko'zlangan maqsad – ushbu klasterlar uchun Shimoliy Amerika va Yevropada istiqbolli sotish bozorlarini topishdan iborat. Agar yaqin vaqtga qadar klasterlar eng rivojlangan iqtisodiyotlarda tashkil etilgan bo'lsa, oxirgi yillarda ular rivojlanayotgan mamlakatlarda ham paydo bo'lmoqda. Vengriya, Polsha, Chexiya, Sloveniyada klasterlashtirish maxsus dasturlar bilan qo'llab-quvvatlanmoqda.

Yevropa iqtisodiyoti uchun ishlab chiqarish klasterlarini rivojlantirishning ahamiyati shundan iboratki, XX asrning 90-yillarida sanoatni rivojlantirish bo'yicha Birlashgan millatlar tashkiloti (UNIDO) xususiy sektorni rivojlantirish bo'yicha bo'lim (Private Sector Development Branch) yordamida Yevropa mamlakatlari hukumatlari va Yevropa xususiy biznesining klasterlar hamda kichik korxonalar tarmoqlarini rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish va joriy etishda o'zaro hamkorlik qilishiga yordam berish uchun bir qator tavsiyalarni tayyorladi.

2006-yil iyulda Yel tomonidan «Yel mamlakatlarida klasterlashtirish Manifesti» ma'qullanib, qabul qilindi, 2007-yil dekabrda «Yevropa klaster Memorandumi» ma'qullanib, tasdiqlash uchun taqdim etildi va 2008-yil 21-yanvarda Stokgolmda Yevropa innovatsiyalar va klasterlar bo'yicha prezidentlar konferensiyasida tasdiqlandi. 2009-yil 7 – 10-mayda Pragada bo'lib o'tgan «Sharqiy hamkorlik» mavzusidagi Yevropa Ittifoqi sammiti Yevropaning o'tish iqtisodiyotiga ega mamlakatlarida klasterlashtirish jarayonlarining amalga oshirilishiga yordam berdi. Qabul qilingan hujjatlarning asosiy maqsadi – alohida mamlakatlarning ham, Yevropa Ittifoqining ham raqobatbardoshligini oshirishga ta'sir ko'rsatishga qodir klasterlar sonini oshirishdan iborat. Eng muvaffaqiyatli iqtisodiy tizimlar faoliyatining jahon amaliyotiga ko'ra, birinchi galda, yangi texnologiyalarning yoyilishini rag'batlantiruvchi omillar yuqori darajadagi raqobatbardoshlik va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlaydi.

11.3. O'zbekiston yengil sanoatida ishlab chiqarishni tashkil etish klasteri samaradorligi

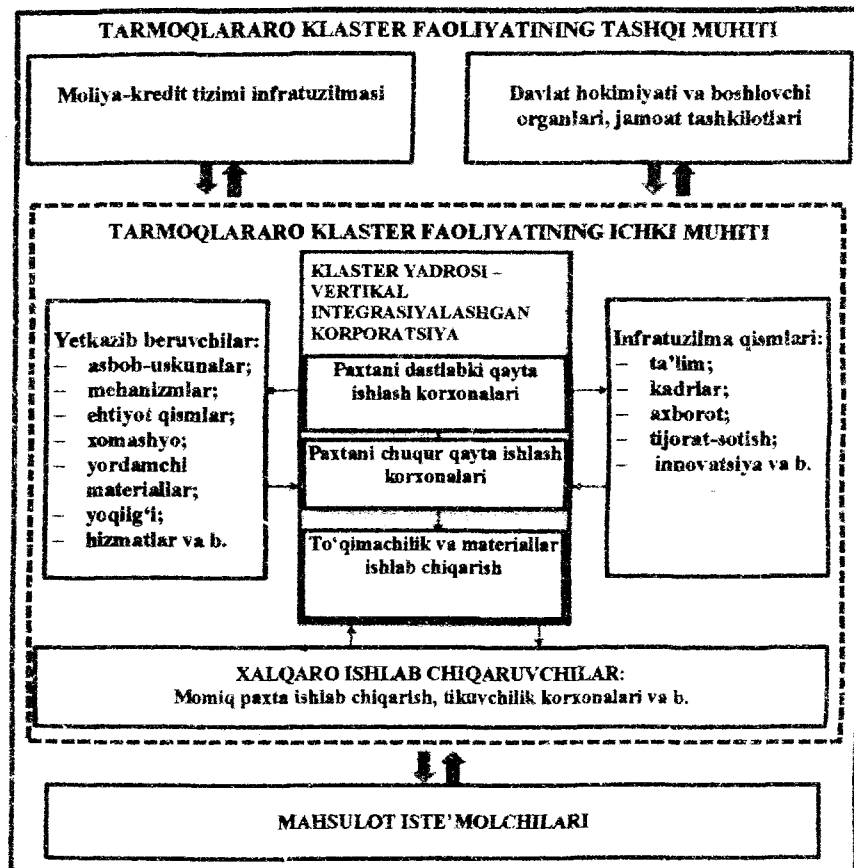
To'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini (keyingi o'rinlarda to'qimachilik sanoati deb yuritiladi) modernizatsiya va diversifikatsiya qilish tashqi bozorlarda talab yuqori bo'lgan ishlab chiqarilayotgan tayyor raqobatbardosh mahsulotlarning hajmi va turlarini kengaytirish, paxta xomashyosini yetishtirish va qayta ishlash samaradorligi va rentabelligini oshirishning eng muhim sharti hisoblanadi.

Shuni inobatga olgan holda, mamlakatimizda mazkur sohani yanada rivojlantirishni ta'minlashga qaratilgan amaliy chora-tadbirlar izchil ro'yobga chiqarilmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 21-dekabrda PQ-2687-son qarori bilan 2017 – 2019-yillarda to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari dasturi tasdiqlangan.

Bugungi kunda respublikada 7 mingga yaqin korxonalar faoliyat olib borayotgan yuqori ishlab chiqarish salohiyatiga ega bo'lgan to'qimachilik tarmog'i shakllantirildi. 1,4 million tonna hajmdagi paxta tolasini ishlab chiqarish quvvatlari yaratildi, shundan 60 foizga yaqinidan mahalliy to'qimachilik korxonalarining ehtiyojlarini qondirish uchun foydalanilmoqda. Yengil sanoatda tarmoqlararo klasterning umumiy modelini quyidagi sxema orqali ko'rishimiz mumkin (11.3-chizma).

Eng avvalo, tayyor mahsulotlar ishlab chiqarilishini yo'lga qo'yish, tarmoqni boshqarishni tashkil etish, resurs va ishlab chiqarish quvvatlarining taqsimlanishi, kadrlar malakasining yuqori emasligi bilan bog'liq tizimli muammolarning mavjudligi paxta xomashyosini yetishtirishning past rentabelligiga va uni qayta ishlashga, tayyor mahsulot ishlab chiqarish va eksport qilishning yetarli darajada emasligiga olib kelmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan «To'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Farmon mavjud muammolarni hal etish, shuningdek, yuqori sifatli to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni kengaytirish va uni jahon bozorlariga ilgari surish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar kompleksini belgilab berdi.



11.3-chizma. Yengil sanoatda tarmoqlararo klasterning umumiy modeli

Ushbu hujjat bilan to'qimachilik sanoatini yanada isloh qilishning quyidagi muhim yo'nalishlari belgilandi, xususan:

- to'qimachilik sanoatining iqtisodiyotdagi ulushini oshirish, mamlakatda ishlab chiqarilayotgan to'qimachilik mahsulotlarining hajmi va sifatini oshirish;
- to'qimachilik sanoatining boshqaruv tizimini tubdan qayta ko'rib chiqish;

– to‘qimachilik sanoati sohasida standartlashtirish va sertifikatlashtirish tizimini yanada takomillashtirish;

– tarmoqqa ilg‘or axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish;

– to‘qimachilik sanoatini rivojlantirishning klaster modelini amalga oshirish;

– logistika va muhandislik infratuzilmasini rivojlantirish bilan o‘zaro uzviy bog‘liqlikda xomashyo resurslari taqsimotining va tashkil etilayotgan tarmoq korxonalarini joylashuvining muvozanatini ta‘minlash;

– ishlab chiqarish jarayoniga ilg‘or innovatsiya texnologiyalari, nou-xau, dizaynerlik ishlanmalarini keng joriy etish, furnitura va aksessuarlarning zamonaviy namunalarini ishlab chiqarishni mahalliyashtirish;

– to‘qimachilik sanoati uchun kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini tubdan takomillashtirish.

Ta‘kidlash joizki, mazkur farmon iqtisodiyot tarmoqlariga ma‘muriy ta‘sir ko‘rsatishni yanada qisqartirish va boshqaruvning bozor mexanizmlarini kengaytirishni nazarda tutadigan O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 8-sentabrdagi PF–5185-son farmoni bilan tasdiqlangan O‘zbekiston Respublikasida Ma‘muriy islohotlar konsepsiyasini amaliy ro‘yobga chiqarishda muhim qadam hisoblanadi.

Xususan, farmon bilan boshqaruv va kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish, ishlab chiqarish, to‘qimachilik sanoatining texnologik jarayonini modernizatsiya qilish va infratuzilmasini rivojlantirish, tashqi iqtisodiy faoliyatni faollashtirish, to‘qimachilik sanoatiga xalqaro standartlarni joriy etish bo‘yicha 20 dan ortiq tadbirlardan iborat bo‘lgan O‘zbekiston Respublikasida to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini jadal rivojlantirish «Yo‘l xaritasi» tasdiqlandi.

Paxta xom ashyosini ishlab chiqarishni tashkil qilishda sog‘lom raqobat muhitini rivojlantirish va bozor mexanizmlarini joriy etish maqsadida farmon bilan eksperiment o‘tkazish nazarda tutilgan bo‘lib, uning doirasida birinchi bor mahalliy to‘qimachilik sanoati korxonalarini tomonidan fermer xo‘jaliklari va boshqa qishloq xo‘jaligi ishlab chiqaruvchilaridan paxta xomashyosiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri buyurtma berish tizimini joriy etish rejalashtirildi.

Bugungi kunga qadar mahalliy to‘qimachilik korxonalarini paxta tolasini eksport narxlar bo‘yicha monopoliy yetkazib beruvchi – «O‘zpxatasanoateksport»dan xarid qilishga majbur edi. Mazkur tartib

to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishning rentabelligi va raqobatbardoshligini pasaytirgan.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan tashabbus qilingan eksperimentga muvofiq, to‘qimachilik sanoati korxonalarini fermer xo‘jaliklari paxta xomashyosini yetishtirish bo‘yicha asosiy xarajatlarning tuzilgan shartnoma qiymatining kamida 60 foizini avans berish yo‘li bilan moliyalashtirishni amalga oshiradi. Bunda korxonalarga yetkazib berilgan paxta xomashyosidan faqatgina keyinchalik chuqur qayta ishlash va tayyor raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarish maqsadida foydalaniladi.

Bundan tashqari, Davlat rahbari o‘zining farmonida to‘qimachilik sanoati korxonalarini, «O‘zbekiyengilsanoat» AJ aksiyadorlari yig‘ilishining va qator idoralarning «O‘zto‘qimachilik sanoati» uyushmasini tashkil etish to‘g‘risidagi taklifini qo‘llab-quvvatlaydi. Bunda davlatning tartibga solish va xo‘jalik funksiyalarini o‘z ichiga olgan «O‘zbekiyengilsanoat» AJ tugatiladi.

Mazkur uyushmaga respublika to‘qimachilik tarmog‘ini barqaror rivojlantirish bo‘yicha keng doiradagi vazifalar yuklatildi.

«O‘zto‘qimachilik sanoati» uyushmasining asosiy vazifalari etib belgilansin:

- xomashyoni qayta ishlash, yuqori qo‘shilgan qiymatli tayyor mahsulotni ishlab chiqarish va eksport qilish bo‘yicha yagona kompleks sifatida, shu jumladan sanoat kooperatsiyasini kengaytirish va qo‘llab-quvvatlash, to‘qimachilik mahsulotlari ichki va tashqi bozorlarida tadqiqotlar o‘tkazish asosida tarmoqni barqaror rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqish;

- to‘qimachilik sanoati sohasidagi standartlashtirish va sertifikatlashtirish tizimini xalqaro talab va standartlarga uyg‘unlashtirish, shuningdek, mahsulotlar sinov laboratoriyalarini modernizatsiya qilish va akkreditatsiyadan o‘tkazish orqali takomillashtirish bo‘yicha kompleks chora-tadbirlar ko‘rish;

- to‘qimachilik sanoati korxonalarining faoliyatiga innovatsion texnologiyalar, shu jumladan dizaynerlik ishlanmalari, nou-xau, sifat menejmenti tizimlari va zamonaviy marketing xizmatlari keng joriy etilishini ta‘minlash;

- ichki bozorni yuqori sifatli mahalliy to'qimachilik mahsulotlari bilan to'ldirish va uning eksport geografiasini, shu jumladan turli axborot resurslarida hamda mamlakatdagi va xorijdagi ko'rgazma tadbirlarida milliy brendlarni yo'naltirishni ilgari surish va to'qimachilik sanoati korxonalarining salohiyatini namoyish qilish orqali kengaytirish bo'yicha tizimli kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish;

- to'qimachilik sanoatiga chet el investitsiyalarini, shu jumladan logistika va muhandislik infratuzilmasini takomillashtirish maqsadida faol jalb qilish;

- to'qimachilik sanoati korxonalari, paxta-to'qimachilik klasterlarini hududlar salohiyatining yanada rivojlanish istiqbollariidan, xomashyo bazasi, infratuzilmasi, mehnat resurslari va bozorlarning mavjudligidan kelib chiqib joylashtirishga ko'maklashish;

- tarmoqning zamonaviy rivojlanish tendensiyalarini hisobga olgan holda to'qimachilik sanoati sohasida kadrlarga bo'lgan real ehtiyojni va ularni tayyorlashning istiqbolli yo'nalishlarini aniqlash, mutaxassislarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish bo'yicha o'quv dasturlarini takomillashtirishda ishtirok etish, ushbu sohada ilmiy-tadqiqot ishlarini chuqurlashtirish;

- tarmoqning jadal rivojlanishi va to'qimachilik sanoati korxonalarining barqaror faoliyat ko'rsatishiga to'sqinlik qiluvchi tizimli muammolarni aniqlash hamda bartaraf etish, mazkur sohadagi qonun hujjatlarini yanada takomillashtirish bo'yicha takliflar ishlab chiqish.

Sohani boshqarish tizimi to'qimachilik sanoatini rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalariga javob bermasligi, ishlab chiqaruvchilarni qo'llab-quvvatlashga qodir emasligi mazkur qarorning qabul qilinishini taqozo etdi.

Masalan, «O'zbekiyengilsanoat» AJ tarkibiga 436 ta korxonalar kiradi, bu esa ular umumiy sonining atigi 6 foizini tashkil etadi. Ushbu jamiyatning faoliyati asosan statistikani to'plash, turli xil yig'ilishlar o'tkazish, ko'rgazmalarni tashkillashtirishga qaratilgan. Uning tashkiliy shakli ham aksiyadorlik jamiyatining huquqiy holatiga mos kelmaydi.

«O'zbekiyengilsanoat» AJ tarkibiga kiruvchi korxonalar eksport hajmi 1 jadvalda berilgan.

«O'zbekiyengilsanoat» AJ korxonalar eksport imkoniyatlarining o'sishi

1-jadval

Ko'rsatkichlar	Yillar							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
O'zbekiston bo'yicha eksport hajmi, mln. AQSH doll.	13023	15021	13600	14323	14109	12870	9016	5969
«O'zbekiyengilsanoat» AJ korxonalar eksporti, mln. AQSH doll.	619	661	706	827	862	868	1145	1232
Mamlakat eksporti hajmida «O'zbekiyengilsanoat» AJ ulushi, %	4,8	4,4	5,2	5,8	6,1	6,7	12,7	14,2

Xorijiy mamlakatlarning tajribasi shuni ko'rsatdiki, to'qimachilik sanoatini rivojlantirishning samarali shakllaridan biri klasterlarni tashkil etish hisoblanadi. Mazkur model paxta xomashyosini yetishtirish, dastlabki ishlov berish, mahsulotni paxta tozalash korxonalarida keyingi qayta ishlash va yuqori qo'shilgan qiymatli tayyor to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni o'z ichiga olgan yagona ishlab chiqarish siklini tashkil etishni ko'zda tutadi.

Bundan kelib chiqib, maxsus Ishchi komissiyaga Paxta-to'qimachilik klasterlarini o'rta muddatli istiqbolda rivojlantirish konsepsiyasi loyihasini, shunday klasterlarni Buxoro va Navoiy viloyatlarida tashkil etish natijalarini hisobga olgan holda ishlab chiqish topshirildi.

Shu bilan bir qatorda, farmon bilan to'qimachilik sanoati korxonalarini qo'llab-quvvatlash bo'yicha chora-tadbirlar, shu jumladan bojxonalar to'lovlari to'lash bo'yicha imtiyozlar taqdim etish nazarda tutilmoqda.

Ta'kidlash joizki, mahsulotlarni sinovdan o'tkazish bo'yicha laboratoriyalarning past samaradorligi, ularning ko'pchiligida xalqaro akkreditatsiyaning mavjud emasligi mahalliy to'qimachilik sanoati ishlab

chiqaruvchilarining tashqi bozorlarga chiqishiga to'qinlik qilmoqda. Ushbu muammolarni hal qilish uchun to'qimachilik sanoati sohasida standartlashtirish va sertifikatlashtirish tizimini takomillashtirish, shu jumladan xalqaro standartlarni joriy etish bo'yicha kompleks chora-tadbirlarni ishlab chiqish nazarda tutildi.

Umuman olganda, Davlat rahbari farmonining amalga oshirilishi:

– tarmoqning boshqaruv tizimini takomillashtirish, ishlab chiqarish, narxlarini shakllantirish va paxtani sotish jarayoniga bozor mexanizmlarini bosqichma-bosqich joriy etish;

– paxta eksporti hajmini tobora qisqartirish va ichki bozorda uni chuqur qayta ishlashning o'sishini ta'minlash;

– mamlakatda ishlab chiqarilmaydigan xomashyo, materiallarni ishlab chiqarishni, shu jumladan mahsulotning alohida turlarini mahalliy lashtirish orqali rag'batlantirish;

– texnologik va marketing innovatsiyalarini keng joriy etish;

– davlat-xususiy sheriklik mexanizmlaridan foydalangan holda to'qimachilik komplekslarini qurish;

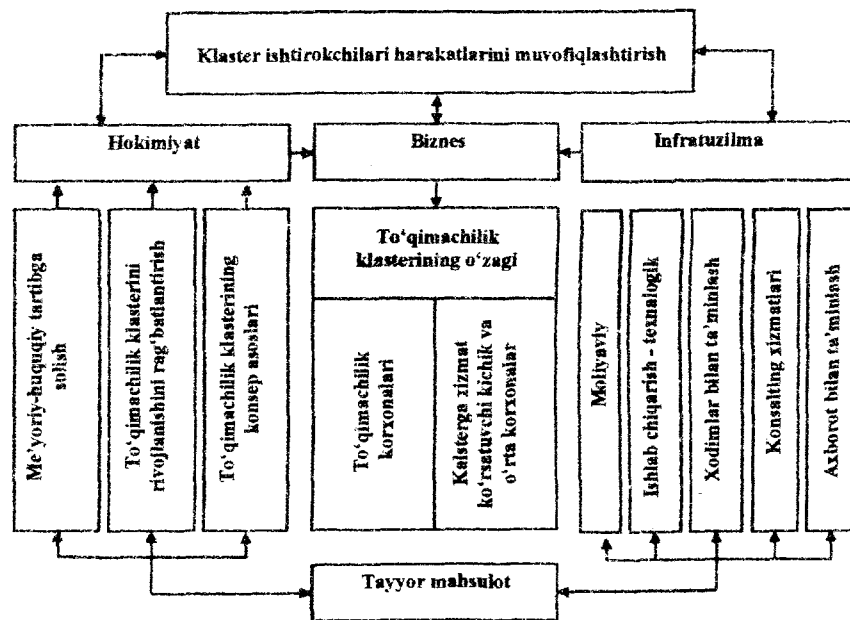
– xalqaro akkreditatsiyaga ega mahalliy laboratoriyalar sonini ko'paytirish, to'qimachilik sanoati milliy standartlarini xalqaro standartlar bilan uyg'unlashtirish hisobiga to'qimachilik sanoatining jadal rivojlanishini ta'minlaydi.

Birgina Toshkent viloyatining Piskent, O'rta Chirchiq, Quyi Chirchiq, Oqqo'rg'on va Bo'ka tumanlarida paxta-to'qimachilik klaster loyihalari amalga oshiriladi. Xususan, Quyi Chirchiq tumanida 2013–2020-yillarda paxta yetishtirishdan tayyor mahsulot ishlab chiqarishgacha bo'lgan jarayonni o'zida to'la jamlagan klaster loyihasi amalga oshirilishi rejalashtirilgan. Bu maqsadlar uchun 59 million dollardan ziyod investitsiya jalb etiladi, 600 dan ortiq ish o'mi yaratiladi.

Toshkent viloyati to'qimachilik klasteri mexanizmi quyida keltirilgan (11.4-chizma).

Joriy yilda mamlakatimizda 60 dan ziyod ana shunday loyiha amalga oshirilishi ko'zda tutilgan.

Mazkur model paxta xomashyosini yetishtirish, dastlabki ishlov berish, mahsulotni paxta tozalash korxonalarida keyingi qayta ishlash va yuqori qo'shilgan qiymatli tayyor to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni o'z ichiga olgan yagona ishlab chiqarish siklini tashkil etishni ko'zda tutadi.



11.4-chizma. Toshkent viloyati to'qimachilik klasteri mexanizmi

Asosiy atamalar va tushunchalar

Klaster. Iqtisodiy klaster. Institut. Qo'shma qiymatlar zanjiri. Texnopark. Integratsiya. Ekspert. Innovatsion iqtisodiyot. Ilmiy-texnikaviy. To'qimachilik. Modernizatsiya. Logistika. Muhandislik infratuzilma. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari. Ma'muriy islohotlar. Xalqaro standart. Eksperiment. Monopol. Rentabellik. Tendensiya.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. Klaster tushunchasi qanday ta'rifga ega?
2. Iqtisodiy klasterlarni shakllantirish negizida nima nazarda tutilgan bo'lishi mumkin?
3. Qo'shma qiymatlar zanjiri to'g'risida ma'lumot bering.
4. Ilm-fan, ta'lim hamda ishlab chiqarish integratsiyasi bilan nimaga qulay sharoit yaratiladi?

5. «Klaster» atamasi qaysi tilining soʻzi boʻlib hisoblanadi va uning oʻzbekcha tarjimasi qanday maʼnolarini anglatadi?

6. Dunyodagi klaster turidagi eng mashhur tizimlari toʻgʻrisida maʼlumot bering.

7. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 21-dekabrda PQ-2687-son qarori bilan 2017 – 2019-yillarda iqtisodiyotning qaysi sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari dasturi tasdiqlangan?

8. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan «Toʻqimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida»gi Farmonida toʻqimachilik sanoatini yanada isloh qilishning muhim yoʻnalishlarini yoritib bering.

9. Oʻzbekiston Respublikasida toʻqimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini jadal rivojlantirish «Yoʻl xaritasi»da nechta sonidan ortiq tadbirlarda qanday yoʻnalishlar nazarda tutilgan?

10. «Oʻztoʻqimachilik sanoat» uyushmasining asosiy vazifalari etib nimalar belgilandi?

12. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI SHAKLLANTIRISH

12.1. Innovatsion faoliyat, uning iqtisodiy mazmuni va mohiyati.

12.2. Innovatsion tadbirkorlik haqida tushuncha va uning bosqichlari.

12.3. Kichik biznes korxonalarini innovatsion faoliyatining asosiy xususiyatlari.

12.4. Kichik biznesning innovatsion faoliyatini qoʻllab-quvvatlash jarayonlari yoʻnalishlari.

12.5. Oʻzbekistonda innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirish yoʻnalishlari.

12.6. Kichik korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyatini ustunliklari.

12.1. Innovatsion faoliyat, uning iqtisodiy mazmuni va mohiyati

Faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar hamda ilmiy-tadqiqot muassasalarining infratuzilmasini yanada mustahkamlash va innovatsion faoliyatini rivojlantirish chora-tadbirlari toʻgʻrisidagi Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining Qarorlari; Innovatsion gʻoyalar va texnologiyalarni tijoratlashtirish va ishlab chiqarishga joriy qilish ishlarini yanada kengaytirish, shuningdek, innovatsion tashkilotlar faoliyatining samaradorligini oshirish maqsadida hamda xoʻjalik boshqaruvi organlari va yirik davlat korxonalaridagi innovatsion faoliyatni qoʻllab-quvvatlash jamgʻarmasi toʻgʻrisidagi namunaviy Nizomni tasdiqlash haqida qabul qilingan Hukumat qarorlari; Oʻzbekiston Respublikasini innovatsion va ilmiy-texnik rivojlantirish sohasida jamiyat va davlat hayotini har tomonlama rivojlantirish, mamlakatning intellektual va texnologik salohiyatini oshirishga qaratilgan yagona davlat siyosatini amalga oshiruvchi davlat organi tashkil etilganligi innovatsion faoliyat borasidagi rivojlantirish strategiyalarni belgilovchi tashkiliy-huquqiy asoslaridir. Bunga sabab, bozor iqtisodiyoti sharoitida barcha rivojlangan mamlakatlar oʻzlarining yuksak taraqqiyot darajasiga fan va texnika sohasida qoʻlga kiritilayotgan ilmiy-texnikaviy yutuqlar va ularni

hayotga tezda va keng miqiyosida tadbqiq qilish, ayniqsa, ishlab chiqarishga samarali joriy etish natijasida erishayotganligi.

Bugungi kunda har yili Innovatsion g'oyalar, texnologiyalar va loyihalalar Respublika Yarmarkasi o'tkazilmoqda. Innovatsion yarmarkaning maqsadi mamlakatda vazirliklar va idoralar tizimida, ilmiy-tadqiqot, ta'lim, tajriba-konstruktorlik tashkilotlari, biznes subyektlari, ixtirochilar va ratsionalizatorlar va xususiy shaxslar tomonidan yaratilgan innovatsiya yangiliklari bilan xabardor qilish, ularni amaliyotga tadbqiq qilish uchun shartnomalar tuzish va axborotlar almashinuvini amalga oshirishdan iboratdir.

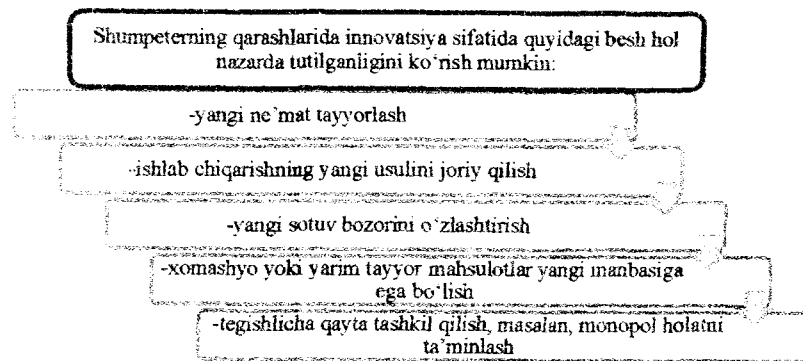
Prezidentimizning «Innovatsion g'oyalar, texnologiyalar va loyihalarni amaliy joriy qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi PQ-3682-son 27.04.2018-yildagi Qarorida: «Ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik jihatdan yangilash jarayonlariga ilmiy-amaliy tadqiqotlar natijalarini va nou-xau ishlanmalarni keng joriy etish, ushbu yo'nalishda ilmiy muassasalar va real iqtisodiyot tarmoqlari korxonalari o'rtasida yaqin hamkorlikni o'rnatish mamlakatni jadal innovatsion rivojlantirishning muhim omili hisoblanadi» deb aytib o'tilgan.

Mamlakatimizda to'laqonli innovatsion muhitni shakllantirishdan asosiy maqsad – ilm sarfi yuqori va yuqori texnologiyaga asoslangan ishlab chiqarish hajmini o'stirish uchun shart-sharoitlar yaratish, shuningdek, kichik innovatsion tadbirkorlikning mutassil rivojlanishi uchun shart-sharoitlar yaratish, mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy sohalari rivojlanishidagi dolzarb muammolarni yechish uchun ilmiy, ilmiy-tadqiqot va loyiha-konstruktorlik tashkilotlarining ilmiy-texnik salohiyatidan samarali foydalanish, korxonalarining, ayniqsa kichik biznes korxonalarining investitsion va innovatsion faolligini oshirishga turtki berish hamda innovatsion faoliyatni kengaytirishga investitsiyalarni jalb qilishdir.

Fanda «Innovatsiya» iborasi inglizcha «innovation» so'zidan olingan bo'lib, «yangilik kiritish» degan ma'nomi bildiradi. Buning zaminida esa yangi tartib, yangi odat, yangi usul, kashfiyot, yangi qarash va g'oyalar yotadi. Innovatsiya deganda yangi ilmiy texnik yutuqni ifodalab, yangi mahsulotni yaratish, amalda qo'llash jarayoni ham tushuniladi.

Iqtisodiy adabiyotlarda «innovatsiya» tushunchasi ilmiy-texnika salohiyatini real, yangi mahsulot va texnologiyalarni yuzaga chiqaradigan jarayon sifatida talqin etiladi.

Innovatsiyalar yoki «yangi kombinatsiyalarni amalga oshirish» tushunchasiga yirik iqtisodchi olim Shumpeter tashkilot, mahsulot yoki ishlab chiqarish jarayonini doimiy takomillashtirish yo'li bilan olinuvchi strategik afzallik va yutuqlarni kiritgan.



Shuningdek, mashhur tadqiqotchi olim P.Druker ham innovatsiya-ning iqtisodiy mazmunini asoslab berishga harakat qiladi va tadbirkorlar uning yordamida yangi xizmatlar yoki biznes turini amalga oshirish kabi o'zgarishlardan foydalanadigan o'ziga xos bir alohida vositasi sifatida ta'riflaydi.

P. Drukerning ta'rifi Y. Shumpeterning klassik ta'rifi mohiyatini to'ldirib, bir vaqtning o'zida samarali rivojlanishning sharti sifatida tashkiliy-iqtisodiy omilning ahamiyatini va yangi tovarlarni amaliyotda qo'llash zaruratini ta'kidlaydi.

Innovatsion faoliyatning mohiyati birinchidan, amaliyotga yangi, takomillashgan ishlab chiqarishni joriy etish, ikkinchidan, mahsulot ishlab chiqarish xarajatlarining barcha turlarini qisqartirish, uchinchidan, ishlab chiqariladigan mahsulotlar narxlarini pasaytirishda ularni iste'mol va sifat xususiyatlarini doimiy ravishda oshirib borish bilan izohlanadi.

Shunday qilib, ilmiy asoslangan yangiliklar tarqatilish va joriy etilish paytidan boshlab innovatsiyalarga aylanadi. Innovatsiyalarni

bozorga tatbiq etish jarayoni innovatsiyalarni tijoratlashtirish jarayoni deb ataladi.

Bizning fikrimizcha, innovatsiya – bu qandaydir yangi yoki sezilarli darajada yaxshilangan mahsulot (tovar, xizmat) yoki jarayonni, marketingning yangi uslubini, ish amaliyotida, ish joylarini tashkil qilishda yoki tashqi aloqalarda yangi tashkiliy uslubni iste'molga kiritishdir.

Innovatsiya – bu kapitalni yangi texnika yoki texnologiyaga, ishlab chiqarishni tashkil etishning yangi shakllariga, xizmat ko'rsatishga, boshqarishga va boshqalarga jalb etishdan olingan moddiylashtirilgan natijadir. Innovatsiyalarni yaratish, o'zlashtirish va tarqatish jarayoni innovatsion faoliyat yoki innovatsion jarayon sifatida tushuniladi.

Innovatsion faoliyatning natijasini innovatsion mahsulot deb ham atash mumkin.

Innovatsiya yangi turdagi yoki takomillashtirilgan va bozorda sotishga mo'ljallangan mahsulot yaratishni, amaliy faoliyatda qo'llaniladigan yangi turdagi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayonni o'zida aks ettiradigan innovatsion faoliyatning pirovard natijasidir.

Innovatsiya faoliyatini o'rganish predmeti ikkita tarkibiy qismdan iboratdir: innovatsiya faoliyati subyekti va innovatsiya faoliyati obyektlari.

Innovatsiya faoliyati subyektlari sifatida quyidagilar hisoblanadi:

- innovatsiya faoliyatini amalga oshirishda ishtirok etayotgan davlat tashkilotlari;
- innovatsiyalarni yaratayotgan va amalga oshirayotgan jismoniy va yuridik shaxslar;
- asosiy faoliyati innovatsiyalarni yaratish, ulardan foydalanish, tijoratlashtirish va tarqalishiga ixtisoslashgan subyektlari (texnologik parklar, innovatsiya fondlar, innovatsiya markazlari, innovatsiya faoliyati infratuzilmasining innovatsion va boshqa tashkilotlari).

Innovatsiya faoliyati obyektlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- davlat innovatsiya ishlari dasturlari va innovatsiya ilmiy-texnika loyihalari;
- ilmiy-tadqiqot, tajriba-konstruktorlik va texnologik ishlar va intellektual faoliyat natijalari: ixtirolar, foydali modellar, sanoat namunalari, seleksiya yutuqlari, dasturiy mahsulotlar, nou-xau, yangi

texnologiyalar, texnik, texnologik va qurilish injiniring obyektlari va boshqa innovatsiya mahsulotlari.

Bugungi kunda samarali innovatsion faoliyatni ta'minlashda ularga ko'maklashuvchi turli tashkilotlardan tashkil topgan innovatsion infratuzilmaning shakllanishi shartdir.

Innovatsion infratuzilma – bu tashkiliy, boshqaruv, moddiy-texnik, moliyaviy, axborot, kadrlar bo'yicha, konsalting va boshqa xizmatlarni mujassamlagan, innovatsiya loyihalarini amalga oshirishga imkon beruvchi innovatsiya faoliyati subyektlarining majmuasidir. Innovatsion infratuzilmaga tarkibiy jihatdan quyidagi asosiy funksiyaviy elementlarni kiritish mumkin:

- davlat innovatsiya loyihalari va dasturlarining buyurtmachilari (keyingi o'rinlarda – buyurtmachilar deb yuritiladi);
- ilmiy-tadqiqot, loyihalash-konstruktorlik va ta'lim muassasalari, ishlab chiqarish tashkilotlari va ularning birlashmalari; innovatsion tashkilotlar;
- innovatsiya markazlari;
- innovatsiya va venchur fondlari;
- innovatsiya faoliyatida ishtirok etuvchi nodavlat notijorat tashkilotlar;
- innovatsiya faoliyatini amalga oshirayotgan xorijiy yuridik va jismoniy shaxslar;
- qonunchilikka muvofiq innovatsiya faoliyatini amalga oshirayotgan boshqa tashkilotlar.

Vujudga kelish manfaati bo'yicha innovatsiyalar asosan uch turga bo'linadi:

- fan va texnikani rivojlanishi bilan bog'liq innovatsiyalar;
- ishlab chiqarish ehtiyoji bilan bog'liq innovatsiyalar;
- bozor talabi bilan bog'liq innovatsiyalar.

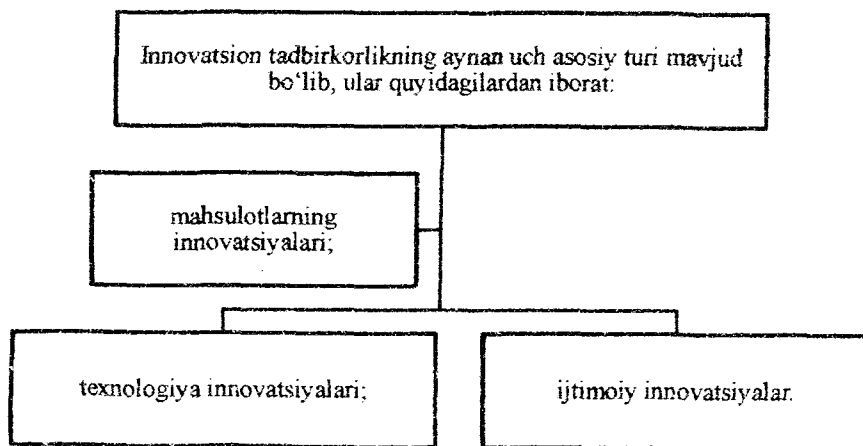
Korxonalarining faoliyati turlariga qarab innovatsiyalar texnologik, ishlab chiqarish, iqtisodiy, ijtimoiy, savdo va boshqarish sohasi ko'rinishida ham kvalifikatsiyalanadi.

12.2. Innovatsion tadbirkorlik haqida tushuncha va uning bosqichlari

Innovatsion tadbirkorlik – yangilik yaratishning alohida ijodkorlik jarayonidir, xo‘jalik jarayoni, uning zahirida muntazam yangi inkoniyatlarni izlash, inovatsiyalarga yo‘naltirilganlik yotadi. Bu mavjud loyihani takomillashtirish yoki yangisini amalga oshirishdagi tavakkalchilikni, shuningdek, bu jarayonda yuzaga keladigan moliyaviy, ma‘naviy va ijtimoiy javobgarlikni tadbirkor o‘z zimmasiga olishga tayyorligi bilan bog‘liq.

Innovatsion tadbirkorlik jarayonida o‘z xususiyatlariga ko‘ra innovatsiyalar orqali yangilik kiritish amaliy foydalanish orqali (mahsulot va xizmatlar, oliy mahsulotlar) va texnologiyalar vositasida ishlab chiqariladi.

Innovatsion tadbirkorlikning birinchi turi mos ravishda korxonaning sotish salohiyatini yangilash, mo‘ljallangan jarayoni, o‘z navbatida, olinadigan foyda hajmini ko‘paytirish, bozordagi ulushining kengaytirilishi, mijozlarni ushlab turish, mustaqil holatni mustahkamlash, nufuzini oshirish, yangi ish joylarini yaratishga qaratilgan. Innovatsion tadbirkorlikning asosiy turlari quyida keltirilgan (12.1-chizma):



12.1-chizma. Innovatsion tadbirkorlikning turlanishi

Texnologik innovatsiyalar – energiya, ishlab chiqarish salohiyatini yangilash jarayoni bo‘lib, tejash va mehnat unumdorligini oshirishga va energiya xomashyosi va boshqa resurslarni oshirishga qaratilgan, bu korxonada foyda hajmini oshirishga imkon beradi. Texnika xavfsizligini takomillashtirish, atrof-muhitni muhofaza qilish tadbirlarini o‘tkazish, firma ichki axborot tizimlaridan samarali foydalanish imkoniyatini beradi.

Innovatsion jarayonni tashkil etish usuli asosida korxonada innovatsion tadbirkorlikning uch modelini alohida ko‘rsatish mumkin:

1). Ichki tashkilotchilik asosida innovatsion tadbirkorlik, bunda innovatsiya firma ichida uning maxsus bo‘linmalari tomonidan innovatsion loyiha bo‘yicha ularning rejalashtirish va nazorat asosida o‘zaro harakatida yaratiladi.

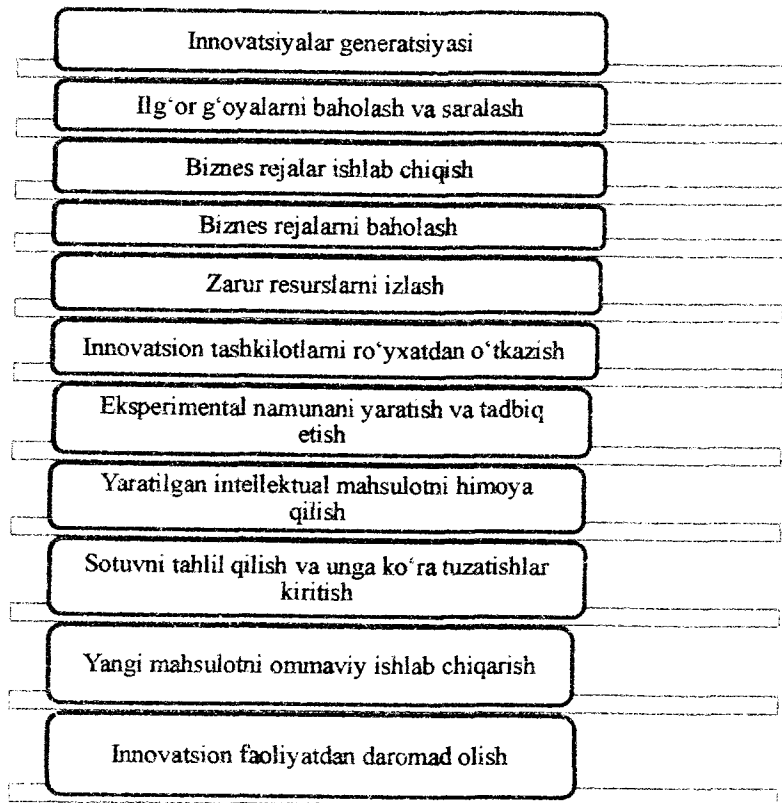
2). Shartnomalar yordamida tashqi tashkilot asosida innovatsion tadbirkorlik, bunda va/yoki o‘zlashtirishga buyurtma, innovatsiya tarafdor tashkilotlar o‘rtasida joylashtiriladi.

3). Venchurklar yordamida tashqi tashkilot asosida innovatsion tadbirkorlik, bunda firma innovatsion loyihaning tatbiqi uchun qo‘shimcha tomonlarning mablag‘larini jalb etuvchi sho‘ba venchurlik firmalarini ta‘sis etadi.

Ko‘p hollarda innovatsion tadbirkorlikning ikkinchi modeli foydalaniladi, ya‘ni korxonada yangiliklarni ishlab chiqishga buyurtma bermaydi, balki ularni o‘z kuchi bilan o‘zlashtiradi.

Umumiy holda innovatsion tadbirkorlik bosqichlari quyidagi sxemada nomoyon etilgan (12.2-chizma).

Ilmiy-texnik mahsulot (tovar, xizmat)lar ishlab chiqarish uchun korxonaga, shuningdek, inshoot ko‘rinishida asosiy vositalar, bino, maxsus asbob-uskuna, dastgoh va boshqalar zarur. Tashkilot ularni sotib olishi yoki asosiy vosita egalaridan ma‘lum vaqtga ijaraga olishi mumkin. Innovatsion faoliyatga zarur bo‘lgan narsalar uchun mulkdorlarga pul miqdorini to‘lashi lozim, pul miqdori asosiy vositalarning turi, soni va bahosiga bog‘liq. Asosiy vositalarning ijarasida to‘lov uning ishlatilish muddatiga bog‘liq bo‘ladi.



12.2-chizma. Innovatsion tadbirkorlik bosqichlari

Innovatsion tadbirkorlikni amalga oshirish uchun tashkilot ma'lum pul resurslarini (DB) sarflagan holda, shuningdek, ilmiy-texnik kadrlarni, ishlab chiqarish xodimi, ya'ni ishchi kuchini (RS-1) jalb qilishi zarur.

Agar korxonaga o'zining pul mablag'lariga ega bo'lmasa yoki innovatsion faoliyatni amalga oshirish uchun ular yetarli miqdorda bo'lmasa, bunda mablag' keyingi to'lov va foizli kredit (Dk) asosida korxonaga tomonidan kommersiya banklaridan olinishi mumkin.

Bundan tashqari, pulli asosda o'z vaqtida zarur axborot (Di) olmay turib innovatsion tadbirkorlik bo'lishi mumkin emas.

Korxonaga innovatsion faoliyatni tatbiq qilishda zarur bo'lgan ayrim ish va xizmatlarni bajarish uchun buyurtmalarni pulli asosda talabgor tashkilotlarda joylashtirishi mumkin (Du).

Innovatsion tadbirkorlikni amalga oshirish uchun zarur pul mablag'lariga ehtiyoj mos ravishda quyidagi formula orqali baholanadi:

$$D = D_m + D_o + D_r + D_i + D_k + D_u,$$

bunda:

D_m – materiallar, xomashyo, energiya, yarim tayyor mahsulotlar sotib olish uchun zaruriy pul mablag'leri;

D_o – asosiy fond, mehnat vositalari, binolardan foydalanish bilan bog'liq xarajatlar;

D_r – yollangan ishchilarga ish haqi uchun zarur pul mablag'leri;

D_i – qo'shimcha axborot olish uchun zarur pul mablag'leri;

D_k – kredit mablag'lardan foydalanilganlik uchun to'lanadigan pul mablag'leri;

D_u – tarafdor tashkilot va shaxslarning xizmatlari to'lovi.

Innovatsion tadbirkorlikning natijasi sifatida tayyor tovar (mahsulot) yuzaga keladi. Uni korxonaga, innovatsion mahsulot iste'molchisi korxonaga va innovatsion faoliyatni amalga oshirishdagi sarf-xarajatlar va daromadini o'z ichiga olgan narxda ($D+P$) sotadi.

Shunday qilib, innovatsion tadbirkorlik xo'jalik yuritishning alohida ijodkorlik jarayoni bo'lib, uning asosida yangi imkoniyatlarni muntazam izlash, innovatsiyaga yo'naltirilganlik, turli-tuman manbalardan doimiy masalalarni hal etish uchun resurslar izlashni uddalash va ulardan foydalanish demakdir. U tadbirkorning mavjud loyihani yaxshilash yoki yangisini tatbiq etish bilan bog'liq barcha tavakkalchilikni o'z zimmasiga ko'ngilli ravishda olishga tayyorligi, moddiy daromad olib keladigan jarayon uchun moliyaviy, ma'naviy va ijtimoiy javobgarlikni o'ziga olishi va bundan o'zi ham qoniqish hosil qilishi bilan tavsiflanadi. Innovatsion tadbirkorlik – tadbirkorlik faoliyati barcha jabhalarining asosidir.

12.3. Kichik biznes korxonalari innovatsion faoliyatining asosiy xususiyatlari

Ma'lumki, mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishi ko'p jihatdan turli mulkchilik shaklidagi xo'jalik subyektlarining, korxonalarining qay darajada shakllanganligiga bog'liq. Faqat turli mulkchilik munosabatlariga asoslangan xo'jalik subyektlari orasidagi optimal nisbatgina yuqori samaradorli ishlab chiqarishni tashkil etishga katta imkon yaratadi.

Innovatsion jarayonni kichik biznes sohasidagi muhitga muvofiq-lashtirish, uning samarasini oshirish mavjud ijtimoiy-iqtisodiy imkoniyatlardan to'liq foydalanishni taqozo etadi. Asosiy e'tibor bozor raqobati sharoitida eng oqilona variantlarni tanlash, foydalilik darajasini ta'min-lash va kichik korxonalar faoliyatini jadallashtirishga qaratilishi lozim bo'ladi.

Jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, ko'plab rivojlangan mamlakatlar yuksak taraqqiyot darajasiga fan va texnika sohasidagi eng so'ngi innovatsiyalarni ishlab chiqarishga tez va keng ko'lamda joriy etish hisobiga erishmoqdalar.

Kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rivojlantirish ko'p jihatdan uning boshqaruv tizimi samaradorligiga bog'liq. Kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rivojlantirishdan maqsad butun ishlab chiqarish tizimini yangilash hisobiga ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, ilmiy-texnik, intellektual va iqtisodiy salohiyatdan samaraliroq foydalanish asosida soha raqobatbardoshligini oshirishdan iboratdir.

Mukammal raqobat jamiyat uchun juda kuchli stimuly bo'lib, ishlab chiqarish xarajatlarini minimallashtirishga va ish haqini uning me'yoriy umumdorligiga maksimal yaqinlashtiradi.

Kichik biznes rivojlangan va rivojlanayotgan har qanday mamlakat iqtisodiyotining asosidir. Kichik biznesni jadal rivojlantirish barqaror iqtisodiy rivojlanishning muhim strategik vazifasi, mamlakat yalpi ichki mahsulotini shakllantirishning asosiy bo'g'ini, aholini ish bilan ta'minlash va uning daromadlari manbai, milliy farovonlikni ta'minlashning asosiy omillaridan biri hisoblanadi.

Kichik korxonalarda yirik korxonalar qaranganda, ayniqsa iqtisodiyotning istiqbolli tarmoqlarida innovatsion jarayonlar, tadbirkorlik ruhi ko'proq ko'rinadi. Shuning uchun ham kichik va o'rta biznes

zamonaviy tarmoqlar hisoblangan elektronika, kompyuterlash va boshqa sohalarda ko'proq o'rin egallagan.

12.4. Kichik biznesning innovatsion faoliyatini qo'llab-quvvatlash jarayonlari yo'nalishlari

Kichik biznesning innovatsion faoliyatini qo'llab-quvvatlash jarayonlari asosan quyidagi 3 ta yo'nalishni o'z ichiga oladi:

1. Kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyati uchun yetarlicha ishbilarmonlik shart-sharoitlarini va muhitini yaratish.

2. Tadbirkorlik subyektlarining innovatsion faoliyatini bevosita rag'batlantirish.

3. Kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini o'z vaqtida to'g'ri moliyalashtirish.

Tadbirkorlikni kreditlashning ko'plab ilg'or shakllarini joriy etishga sharoit yaratildi. Birja savdolarini rivojlanishi bilan tadbirkorlikni moddiy-texnik resurslarini erkin sotib olishga qulay sharoit yaratildi va bu sohaga bog'liq bo'lgan ko'pgina muammolar o'z yechimini topdi.

Ishlab chiqaruvchi korxonalar mahsulotlarini majburiy standartlashtirish va sertifikatlash tizimi soddalashtirildi, erkinlashtirildi va bu ishlohtlar davom etmoqda. Ruxsat berish bilan bog'liq bo'lgan ko'pgina funksiyalar takomillashtirildi va soddalashtirildi. Chakana va ulgurji savdo tizimi erkinlashtirildi.

Moliya, soliq va statistika hisobotlarining barcha shakllari va muddatlari keskin qisqartirilmoqda. Soliqqa tortish stavkalari unifikatsiya qilindi va kamaytirildi.

Nazorat qiluvchi organlarning nazorat va kuzatuv funksiyalariga yondashuv tubdan o'zgardi. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan yo'l qo'yilgan qonun buzilishlarni baholash me'zonlari qayta ko'rib chiqilib, tadbirkorlarga nisbatan qo'llaniladigan ko'plab jarimalar miqdori sezilarli darajada kamaytirildi, ayrim jarima turlari esa butunlay bekor qilindi.

O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatmoqdaki, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishini, uning innovatsion faoliyatini

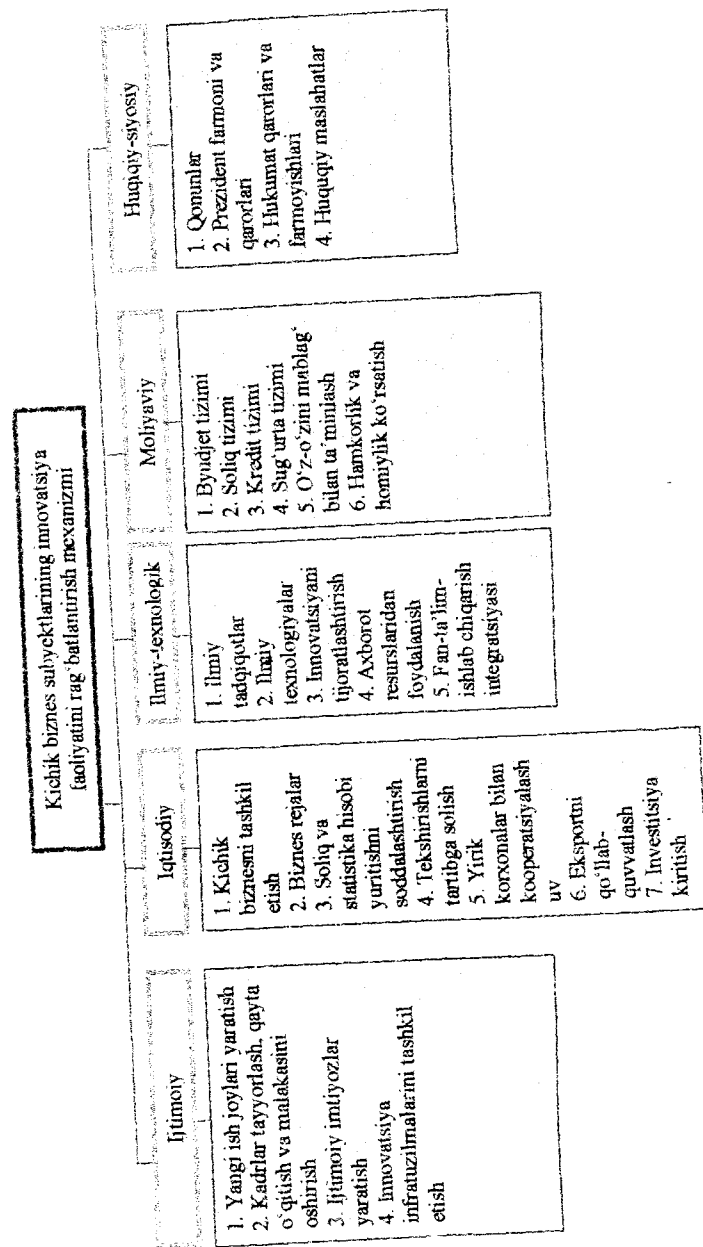
qo'llab quvvatlash va rag'batlantirish tizimi shakllangan bo'lib, uning tavsifini tahlillarimiz asosida 12.3-chizmada keltiramiz.

Bizning fikrimizcha, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning innovatsion faoliyatini rivojlanishini qo'llab quvvatlash va rag'batlantirish asosan quyidagi 5 ta yo'nalishda amalga oshirilishi mumkin: ijtimoiy, iqtisodiy, moliyaviy, ilmiy-texnologik va huquqiy-siyosiy sohalar bo'yicha.

Kichik biznesning innovatsion faoliyatini rag'batlantirish nafaqat davlat organlari tomonidan, balki turli nodavlat tashkilotlar, tijorat banklari, milliy va xorijiy kompaniyalar, yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan ham amalga oshirilishi mumkin.

O'zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi o'z funktsiya va vazifalarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni, shu jumladan biznesni yuritishga qulay shart-sharoitlarni yaratish va iqtisodiyotni yanada liberallashtirish orqali rivojlantirishga oid uzoq muddatli dasturlarni tayyorlash hamda innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalarni joriy etish bo'yicha xalqaro hamkorlikni rivojlantirish hamda normativ-huquqiy bazani takomillashtirish orqali innovatsion faoliyatini qo'llab-quvvatlash jarayonlari yo'nalishlari belgilangan.

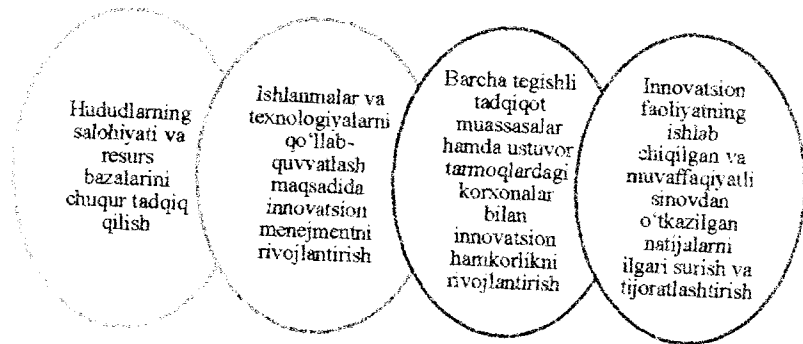
O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi 2018-yil 5-may PQ-3697-sonli Qarorida O'zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligining davlat-xususiy sheriklik shartlarida Qoraqalpog'iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahrida innovatsion loyihalar-startaplarni ishlab chiqish, sinovdan o'tkazish va o'zlashtirish, innovatsion faoliyat natijalarini transfer qilish va tijoratlashtirishni amalga oshiruvchi innovatsion g'oyalar, ishlanmalar va texnologiyalar markazlarini tashkil etish ma'qullanganligi innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishga zamin yaratdi.



12.3-chizma. Kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rag'batlantirish mexanizmi.

12.5. O'zbekistonda innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirish yo'nalishlari

Quyidagi 12.4-chizmada ushbu markazlarning asosiy vazifalaridan ba'zilari aks ettirilgan:



12.4-chizma. Davlat-xususiy asosidagi markazlarining ba'zibir vazifalari

Innovatsion faoliyat markazlashtirilgan va markazlashtirilmagan turda moliyalashtiriladi. Birinchi usulda pul mablag'lari: davlat budjeti, ilmiy-texnik rivojlanish davlat dasturiga kiritilgan loyihalarni maqsadli moliyalashtirish; tanlov ishlarini bajarish bo'yicha jamqarmalar; muayyan loyiha uchun ajratilgan va qaytarilishi kutilmaydigan grantlar hamda subsidiyalar; hokimiyatlar va boshqaruv organlari maxsus buyurtmalarini moliyalashtirish; davlat banklarning kreditlari hisobidan taqdim etiladi.

Moliyalashtirishning markazlashtirilmagan usuli korxonalarining xususiy mablag'lari, xususiy shaxslar, maxsus moliya yoki xayriya jamg'armalari hamda kredit mablag'laridan foydalanishga asoslangan. Masalan, AQSHda sanoat kompaniyalari va banklari, universitetlar, kollejlari, federal hukumat idoralari hamda mahalliy boshqaruv organlari,

sohalar va ularning uyushmalari, xususiy shaxslar ilmiy jamg'armalarini tashkil qilishda faol qatnashadilar.

O'zbekistonning davlat investitsiya siyosati birinchi navbatda iqtisodiyotda tuzilmaviy o'zgarishlarni chuqurlashtirish, korxonalar investitsiya faoliyatini jadallashtirish hamda chet el investitsiyalarini keng miqyosda jalb qilish, shuningdek, investitsiya loyihalari tanlovi asosida ijtimoiy masalalarni hal etishga yo'naltirilgandir.

Shuni ta'kidlash joizki, amaldagi soliq tizimi kichik korxonalar, jumladan, innovatsiya korxonalari faoliyat yuritish sharoitlarini hisobga olmaydi. Innovatsiya korxonalari, boshqa xususiy korxonalar kabi, foyda soliqlarini to'plash paytida soliqqa tortiladigan foyda miqdorini aniqlashda imtiyozga egadirlar. Jumladan, ularga ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta tashkil qilish, texnikaviy jihozlash uchun yunaltirilgan foydani chegirish huquqi taqdim etilgan. Ishlab chiqarish uchun mo'ljallangan mahsulot hamda qurilish materiallarini yetkazib beradigan ba'zi bir korxonalar olgan foydasi ushbu korxonalar ro'yxatga olingan kundan boshlab, dastlabki ikki yil mobaynida soliqqa tortilmaydi.

12.6. Kichik korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati ustunliklari

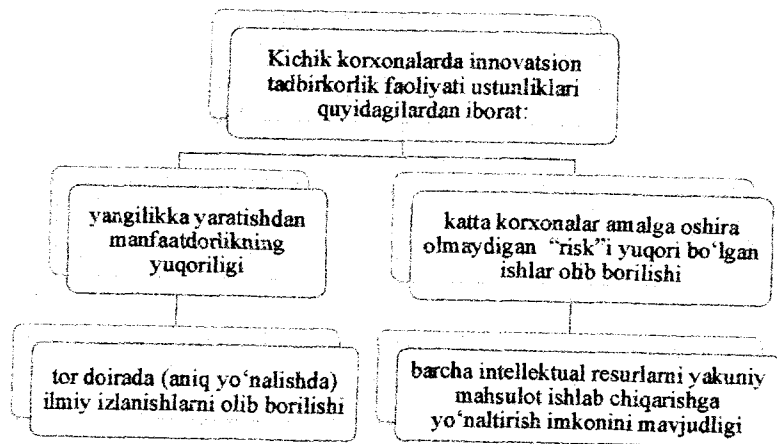
Mazkur imtiyoz tugatilgan yoki davlat tasarrufidan chiqarilgan yoxud sanksiya natijasida qayta tuzilgan innovatsiya korxonalari, ularning filiallari hamda tuzilmaviy bo'linmalariga tegishli emas.

Rivojlangan bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlar tajribasiga ko'ra, innovatsiya korxonalari uchun respublikada qabul qilingan hamda iqtisodiyotning ustuvor sohalarida amal qilayotgan barcha imtiyozlarni qo'llash maqsadga muvofiqdir. Bundan tashqari, ilmiy izlanishlarni bajarayotgan innovatsiya korxonalari tadqiqot ishlari uchun ilmiy-texnik asbob-uskunalar sotib olgan yilning ozidayoq, 50 foizli amortizatsiya huquqiga, qolgan asosiy mablag'lar hisobidan esa jadallashgan amortizatsiya huquqiga ega bo'lishlari lozim.

Kichik korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati ustunliklari quyidagi chizmada berilgan (12.5-chizma).

Innovatsion tadbirkorlik uchun biznes muhit asosiy hisoblanadi, chunki yangiliklarni kashf etish va uni amaliyotga tadbiiq qilish yetarli tadbirkorlik muhitini talab qiladi.

Tadbirkorlik muhiti – bu biror bir maqsadga yo‘naltirilgan izlanish (tadqiqot) olib borish va uni amalga tadbiriq qilish uchun sharoit yaratib beruvchi muhitdir.



12.5-chizma. Kichik korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati ustunliklari

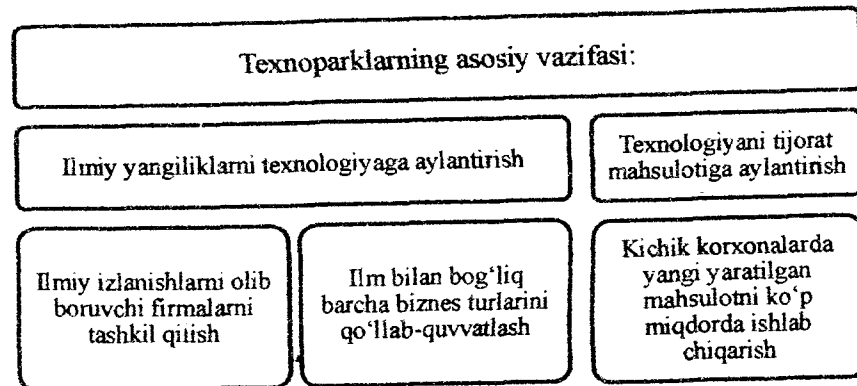
Bunday muhitning asosiy elementlarini bozorda erkin harakatlanuvchi, o‘z moliyaviy mablag‘iga ega bo‘lgan investorlar, raqobatbardosh tovar ishlab chiqaruvchilar va ularga xizmat qiluvchi bozor infratuzilmalari tashkil qiladi. Iqtisodiyotda bunday bozor muhitini yaratish – hozirgi kundagi mamlakatimiz oldida turgan asosiy vazifalardan biridir.

Kichik biznes kafolatlarini mustaqamlash, uning rivoji uchun qulay muhit yaratish maqsadida davlat boshqaruv idoralari va bozor institutlarida ma‘muriy protseduralarni bajarish bilan bog‘liq, ancha yuqori darajada bo‘lib turgan biznes xarajatlarini kamaytirish lozim. Biznes muhit mamlakatimizda vujudga kelayotgan innovatsion tadbirkorlikni asosini tashkil etadi.

Innovatsion tadbirkorlikning tashkiliy – huquqiy asoslari turlichadir. Bozor iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarda katta risk (tavakkalchilik) bilan ishlaydigan maxsus venchur firmalari mavjud bo‘lib, ular yangi Tovar va xizmatlar yaratish ustida tadqiqotlar olib boradilar.

Venchur firma asoschilari – injener, olimlar o‘z tadqiqot natijalarini eksperiment, patient va kommutant firmalarga topshiradilar.

• Innovatsion tadbirkorlikning yana bir territorial tashkiliy turi – ilmiy texnologik park (texnopark) lar bo‘lib, bu struktura innovatsion biznes mahsulotini ishlab chiqarish va bozorda sotishni tashkil qilishga yordam beradi va shu orqali kichik biznesda innovatsion faoliyatni rivojlantirishga yordam beradi. Texnoparklarning asosiy vazifasi 12.6-chizmada aks ettirilgan.



12.6-chizma. Texnoparklar faoliyatining vazifalari

Biznes inkubatorlar – kichik kichik innovatsion korxonalar faoliyat ko‘rsatishi uchun sharoit yaratuvchi strukturadir. Biznes inkubatorlar bir qancha funksiyalarni bajaradilar:

– kichik biznes korxonalariga imtiyozli shartlarda asbob-uskunalar yetkazib beradilar, huquqiy maslahat va axborot xizmatlarini ko‘rsatadilar;

– ilmiy texnologiyalarni tijorat asosida sotadilar;

– tadbirkorlarning malakasini oshiradilar va boshqalar.

Oqilona investitsiya siyosatini yuritishda davlat tomonidan innovatsion tadbirkorlikka sarmoya qo‘yishning o‘ziga xos afzalliklari mavjud. Salohiyatli sarmoyadorlarning erkin pul mablag‘larini jalb etishida eng muhim iqtisodiy instrument fond bozoridir. Aksiyalar likvidligi, firmaning reklama-axborot faoliyati, valuta maydonchasida

sotuvga qo'yilgan aksiyalar harakatining tahlili va aksiyalar paketini chet el investorlariga sotish fond bozori holatining yanada yaxshilanishiga xizmat qiladi.

Innovatsion biznes bo'yicha faoliyat yuritadigan tadbirkorlar va investorlarning daromadi, investitsiya korxonalari aktivlarining bozor qiymati o'sishiga belgilangan soliq stavkasiga, ya'ni fond bozorida sotiladigan qimmatli qog'ozlarning sotuv qiymatiga o'atiladigan soliq stavkasiga bog'liqdir. Soliq stavkasi innovatsiya korxonalarini moliyalashtirish tavakkalchiligi darajasini oshiruvchi yoki kamaytiruvchi omil hisoblanadi. Shuning uchun ham qimmatli qog'ozlar bilan amalga oshiriladigan operatsiyalarda dividendlardan, qimmatli qog'ozlarni sotib olishdan undiriladigan soliq, shuningdek, tarkibiga qimmatli qog'ozlar qiymati kiritilgan korxonalar mulkidan olinadigan soliq, kabi undiriladigan turli xil qayta-qayta soliqarga yo'l qoymaslik lozim. Soliq solishning bu kabi amaliyoti natijasida ishbilarmonlik faolligi pasayadi, ya'ni innovatsion korxonalar tashkil topishi sur'atlari qisqaradi, oqibatda hozirgi kunda korxonalarining faoliyat yuritish imkoniyatlari kamayib boradi. Soliq yukining pasayishi innovatsion tadbirkorlikka hamda iqtisodiyotning xususiy sektoriga investitsiyalar jalb qilishda ikkilamchi kapital (qimmatli qoqozlar bozori)ning ahamiyatini oshiradi.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Innovatsiya. Ilmiy texnik yutuq. Investitsiya. Strategik afzallik. Yutuqlar. Konstruktorlik. Fan. Yuqori texnologiya. Ekspert. Innovatsion iqtisodiyot. Ilmiy-texnikaviy. Yarmarka. Modernizatsiya. Ixtirochi. Ratsionalizator. Ilmiy-amaliy tadqiqotlar. Tajriba-konstruktorlik tashkilot. Axborotlar almashinuvi. Texnik va texnologik yangilash. Kashfiyot. Sanoat namuna. Foydali model. Seleksiya yutuqlari. Dasturiy mahsulotlar. Nou-xau. Injiniroing. Nodavlat notijorat tashkilotlar. Kvalifikatsiyalanish.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. Innovatsiya deganda nima tushuniladi?
2. Iqtisodiy adabiyotlarda «innovatsiya» tushunchasi qanday jarayon sifatida talqin etilgan?

3. Fanda «Innovatsiya» iborasi qaysi jahon tili so'zidan olingan va nima degan ma'noni bildiradi?

4. Mamlakatimizda to'laqonli innovatsion muhitni shakllantirishdan asosiy maqsadi nimadan iborat?

5. Bugungi kunda har yili Innovatsion g'oyalar, texnologiyalar va loyihalar Respublika Yarmarkasi o'tkazilmoqda. Shu bois, Innovatsion yarmarkaning maqsadi to'g'risida batafsil ma'lumot bering.

6. Innovatsiyalar yoki «yangi kombinatsiyalarni amalga oshirish» tushunchasiga yirik iqtisodchi olim Shumpeter nimani kiritgan?

7. Innovatsiya faoliyatini o'rganish predmeti nechta tarkibiy qismdan va u nimalarni o'rganishdan iborat?

8. Innovatsion infratuzilma deganda nimani tushinasiz?

9. Ilm-fan, ta'lim hamda ishlab chiqarish integratsiyasi bilan nimaga qulay sharoit yaratiladi?

10. Innovatsion infratuzilmaga tarkibiy jihatdan qanday asosiy funksiyaviy elementlar kiritilgan?

11. Vujudga kelish manfaati bo'yicha innovatsiyalar asosan uch turga bo'linadi, ular qaysilar?

12. Innovatsion tadbirkorlik bosqichlarini so'zlab bering.

13. Jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, ko'plab rivojlangan mamlakatlar yuksak taraqqiyot darajasiga qanaqa choralarni qo'llash evaziga erishib kelyapti?

13. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK FOLIYATIDA BANKROTLIK VA FRANCHAYZING

13.1. Bankrotlik tushunchasi va bunday inqirozga uchrashi sabablari.

13.2. Kichik biznes subyektlarini tugatish va ishdan bo'shatilayotgan ishchining huquqiy kafolatlari.

13.3. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida franchayzing korxonolari haqida tushuncha.

13.4. Franchayzingning chet el tajribasi.

13.1. Bankrotlik tushunchasi va bunday inqirozga uchrashi sabablari

Bankrotlik (ital. – singan kursi), ya'ni sinish – fuqaro, korxon, firma yoki bankning mablag'i yetishmasligidan o'z majburiyatlari bo'yicha qarzlarni to'lashga qurbi yetmasligi, qarzdorning majburiyatlari mol-mulkidan oshib ketganligi sababli tovar (ishlar, xizmatlar)ga haq to'lash yuzasidan kreditorlarning talablarini qondirishga qodir emasligi, shuningdek, byudjetga va boshqa fondlarga majburiy to'lovlarni ta'minlashga qodir emasligi tushuniladi.

O'zbekiston Respublikasining 2003-yil 24-aprel 474-II-sonli «Bankrotlik to'g'risida»gi yangi tahriridagi qonunida bankrotlik tushunchasi quyidagicha ifodalangan: «Bankrotlik (iqtisodiy nochorlik) – iqtisodiy sud tomonidan e'tirof etilgan, qarzdorning pul majburiyatlari bo'yicha kreditorlar talablarini to'la hajmda qondirishga va (yoki) majburiy to'lovlar bo'yicha o'z majburiyatini to'la hajmda bajarishga qodir emasligi».

Bankrotlik odatda, korxonaning yopilishiga olib keladi. Chunki qarz (kredit) beruvchining talabini qondirish uchun mol-mulkini sotishdan o'zga chorasi qolmaydi. Iqtisodiy inqirozlar davrida kasodga uchragan korxonalarining soni keskin oshib ketadi, uning oqibatida ishsizlik kuchayadi. 1987-yildan e'tiboran korxonaning to'lov qobiliyati yo'qligi tushunchasi amaliyotga kiritildi.

Bankrotlik amalda korxonaning byudjet, bank va mol yetkazib beruvchilar oldida o'z majburiyatlarini bajarishga o'zligini bildiradi. Bankrot deb e'lon qilingan korxonalariga nisbatan qator sanatsiya

tadbirlari o'tkaziladi, unga har tomonlama yordam ko'rsatiladi (soliqlardan ozod etiladi, qarzlarni to'lash kechiktiriladi). Bozor iqtisodiyoti sharoitida bankrotga uchragan korxonalar boshqa korxonalariga sotiladi yoki qo'shib yuboriladi, korxonalar jamoa a'zolariga ijaraga beriladi va boshqa.

Korxonalar sudlar, xo'jalik sudlari qarori bilan bankrot deb e'lon qilinadi. O'zbekiston Respublikasida kreditorlarning da'volarini qondirish maqsadida xo'jalik yuritish subyektlari bo'lmish yuridik va jismoniy shaxslarni bankrot bo'lgan deb e'tirof etish shartlari va tartibi O'zRning (1994-y. 5-mayda) qabul qilingan «Bankrotlik to'g'risida» Qonunida belgilab berilgan (bu qonun o'z faoliyatini davlat byudjeti mablag'lari hisobidan amalga oshiradigan korxonalar, tashkilotlarga nisbatan tadbir qo'llanilmaydi).

Bankrotlik – bu xo'jalik sudining qarori bilan kichik biznes subyektning iqtisodiy qashshoqligi, uni qarz majburiyatlari bo'yicha to'lovga qobiliyatsizligini oshkora e'lon qilinishi. Bu bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat kurashi natijasida vujudga keladigan oddiy holat bo'lib, unda nochor tadbirkorlik tizimi o'zining xo'jalik faoliyatini to'xtatadi. Kreditorlarga qarzni qaytarish maqsadida bankrotlikka uchragan tadbirkor yoki korxonalar mulkini sotadi. Hozirgi kunda respublikamizdagi ko'pgina tadbirkorlik tizimlariga bankrotlik og'ir moliyaviy ahvoldan chiqishga, xo'jalik yurituvchi subyektlarga yordam ko'rsatishga, avvalgi turg'unlikni tiklashga va yana to'lash qobiliyatiga ega bo'lishiga yo'l ochib bermoqda.

Bankrot – bu jismoniy yoki yuridik shaxs (xo'jalik yurituvchi subyekt), xo'jalik sudi qarori bilan iqtisodiy qobiliyatsiz korxonani qarzdor deb atalishidir. Ikkinchi variant amaliyotda tadbirkorlik tarkibini sog'lomlashtirish (sanatsiya) usuli sifatida ishlatilishi mumkin.

Sanatsiya (lotincha – davolash, sog'lomlashtirish ma'nosini bildiradi) – bu sanoat, savdo va boshqa korxonalarini bankrotlikdan saqlab qolish uchun yirik banklar va davlat tomonidan o'tkaziladigan tadbirlar tizimidir. «Iqtisodiy qashshoqlik va bankrotlik haqidagi» qonun bankrotlik jarayonini favqulotda voqea deb qaraydi. Korxonaning fuqaroviy huquqiy majburiyatlarini bajarmasligi, qarzlarni aktivlardan ortiqligi subyektni bankrot deb bilishga asos bo'lolmaydi. To'lay olmaslik qobiliyati uzoq muddatli bo'lishi, ayrim sabablarga ko'ra o'zgaruvchan bo'lishi ham mumkin.

Bankrotlik qarzdor va kreditorlar orasida qarzlarni to'lash to'g'risida tinchlik yo'li bilan kelishish imkonini ko'zda tutadi. Tinchlik yo'li bilan kelishuvning qarorini kreditorlarning umumiy majlisida qabul qilinadi va xo'jalik sudi tasdiqlaydi.

Bankrotlik zaminini - bu ma'lum haqiqiy holat bo'lib, uni aniq sharoitni hisobga olib baholash zarur. Yomon niyat va qalbaki bankrotlik muammosini qo'shimcha ravishda qayta ko'rib chiqish talab etiladi.

Biroq, hozirgi vaqtda MDH ning bir qator davlatlarida lizing beruvchi mulkni foydalanishga bergan tomonning to'lovga layoqatsizligini aniqlansada, uni faoliyatini tartibga solishning huquqiy asoslari to'liq o'rnatilmagan. Chunki lizing oluvchi tomon bankrot deb e'lon qilinsada, u mulkning haqiqiy egasi hisoblanmaydi va unda to'lovni undirish masalasi to'liq hal etilmagan.

Bankrotlik holatida lizing bitimi lizing oluvchining aybi bilan bekor qilingan hisoblanadi, lizing oluvchi lizing beruvchiga bitim buzilganligi natijasida yuzaga keladigan zararlarni to'liq qoplashi shart. Bankrot bo'lgan korxonaga o'zining majburiyatlarini to'lashda kontragentlari qatoriga lizing beruvchi ham o'ziga to'lovlarni undirishi uchun navbatga, ya'ni ro'yxatga qo'yiladi va o'rnatilgan tartibda to'lov amalga oshiriladi.

Kichik biznes korxonalarining inqirozga uchrashi sabablari.

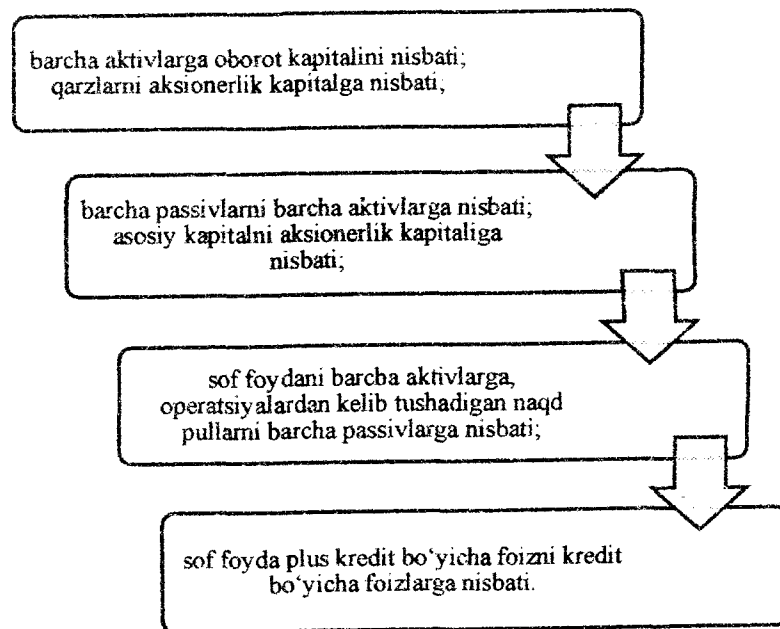
Xorijiy davlatlardagi korxonalarining oyoqqa turishi va taraqqiyotiga oid tajribalardan kelib chiqqan holda shuni aytish kerakki, kichik biznes korxonalarining moliyaviy krizisi va bankrotligining sabablari – bu talabni qisqarishi, ishlab chiqarish hajmini pasayishi, uni izdan chiqishi va ma'lum boshqaruv tizimining yo'qligidir.

Kichik xo'jalik yurituvchi subyektlarning moliyaviy qashshoqligi va bankrot bo'lishi tadbirkorlar, rahbarlar, firmaning menejerlari tomonidan yo'l qo'yiladigan bir qator kamchiliklarga bog'liq. Shuning uchun biznesni tashkil etishda imkoniyatlarni, resurslarni va tavakkalliklarni hayotiy siklini barcha bosqichlarida puxta tahlil qilish kerak bo'ladi.

Demak, bankrotlikga uchrashning sabablari tovar ishlab chiqarishda qiymat qonunining amal qilishi, raqobat va inflyatsiya bilan belgilanadi.

Iqtisodiy inqirozlar davrida kasodga uchragan korxonalarining soni keskin oshib ketadi, uning oqibatida ishsizlik kuchayadi.

Kichik biznes korxonalarini bankrot bo'lish imkonini baholashda quyidagi ko'rsatkichlar nisbatini tahlil qilish zarur (13.1-chizma):



13.1-chizma. Kichik biznes korxonalarini bankrot bo'lish imkonini baholash

O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti I.Karimov tomonidan (24-iyun 2005-yilda) qabul qilingan «Tadbirkorlik subyektlarining xo'jalik sohasidagi huquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish to'g'risida» Farmonida quyidagilar belgilab qo'yildi:

birinchidan, tadbirkorlik subyektlari tomonidan birinchi marta sodir etilgan, qasddan qilinmagan va kam ahamiyatli, shuningdek Davlat budjeti va davlat maqsadli jamg'armalariga to'lovlar kamroq tushishiga olib kelmaydigan huquqbuzarliklar uchun mansabdor shaxslarga nisbatan qonunda belgilangan tartibda materiallarni sud organlariga taqdim etmasdan faqat ma'muriy javobgarlik choralari qo'llaniladi;

ikkinchidan, materiallar sud instansiyalariga topshirilgan hollarda, tadbirkorlik subyekti soliqlar, yigimlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lamaganlik uchun sodir etilgan huquqbuzarlik tufayli yetkazilgan

zararning o'mini bir oy mobaynida ixtiyoriy ravishda qoplagan hamda uning oqibatlarini bartaraf etgan, jumladan penya to'lagan tadbirkorlik subyekti moliyaviy sanksiyalar qo'llanilishidan ozod etilishi belgilab qo'yildi.

13.2. Kichik biznes subyektlarini tugatish va ishdan bo'shatilayotgan ishchining huquqiy kafolatlari

Iqtisodiy nochor korxonalar qonunga muvofiq bankrotlik to'g'risida e'lon berish yo'li bilan majburan (ixtiyoriy ravishda) tugatilishi kerak.

Qarzdorga (bankrotga) nisbatan xo'jalik sudi tomonidan quyidagi choralar ko'rilishi mumkin: sanatsiya, tugatish, tinchlik kelishuvi. Bu yerda sanatsiya deganda tarkibni qayta tuzish tartibi, mulk huquqini o'zgarishi, qarzdorni mulk tomonidan, yoki vakolat berilgan idora, yoki boshqa shaxslar tomonidan ushbu qarzdorni va uning mehnat jamoasini saqlab qolish niyatida moliyaviy qo'llab quvvatlash tushuniladi. Agar xo'jalik sudi qarzdorni mulki bankrotlik ishi bo'yicha olib boriladigan ishlar xarajatiga yetmasligini aniqlasa, unda sud qarzdorni bankrot deb e'lon qiladi va bankrotlik ishini tugadi deb hisoblaydi. Agar bankrotlik tinchlik kelishuvi tuzish bilan tugasa yoki bankrotlik ishini xo'jalik sudi to'xtatsa, yoki qarzdorda o'z faoliyatini davom ettirish uchun barcha shikoyatlardan so'ng yetarli mulki qoisa unda yuridik shaxs tugatilmaydi.

Tinchlik kelishuvi –bu qarzdor va kreditorlar orasidagi qarzlarni to'lash to'g'risidagi kelishuv bo'lib, unda qarzlarni kamaytirish yoki ularni to'lash muddatini o'zaytirish va boshqa tomonlarni kelishuvi bilan amalga oshiriladigan shartnomalar ko'zda tutiladi.

Tinchlik kelishuvi ta'sir qilish muhlati kreditorlarning umumiy majlisida qarzdorning taklifi asosida belgilanadi. Xo'jalik sudi boshqaruvchining yoki kreditorning taklifi bilan tinchlik kelishuvini quyidagi hollarda tugatadi, agar: qarzdor atayin yoki qalbaki bankrotlikni amalga oshirsa; qarzdor tinchlik kelishuvida ko'zda tutilgan majburiyatlarini bajarmasa; tinchlik kelishuvining ta'sir qilish muddatining yarmidan kam bo'lmagan qismi o'tgandan keyin qarzdor tinchlik kelishuvini shartini bajara olmasa. Agar tinchlik kelishuvi tugatilsa, unda bankrotlik ishini ko'rish yana tiklanadi.

Ishdan bo'shatilayotgan ishchining huquqiy kafolatlari

Agar korxonani bankrot deb topilsa, korxonani boshqaruvchi rahbar mehnat shartnomalarining shartini bajarishni davom ettiradi yoki ularni qonuniy hujjatlarga asosan bekor qiladi.

Ish beruvchilar bankrot deb topilganda ularning ishchilariga to'lanmagan maosh kompensatsiya sifatida davlat tomonidan to'lanadi, bunda to'lanadigan pul miqdori ikki oylik o'rtacha maoshdan ortiq bo'lmasligi zarur (agar respublika qonuniyatida boshqa narsa ko'zda tutilmagan bo'lsa).

Agar ishchilarga ish beruvchini bankrotligi sababli davlat kompensatsiya to'lasa, mehnat shartnomasini tugatilishida yoki boshqa qonuniy hujjatlar asosida bankrotlik ishi ko'rilishida shu kompensatsiyani to'lagan davlat idorasi kreditor sifatida chiqadi.

Qarzdorni bankrotligi munosabati bilan yashab turishi uchun pul mablag'i — hayot kechirish uchun butunlay mablag'i bo'lmaganda beriladi. Bunda qarzdorning arizasi asosida xo'jalik sudi unga va uning qaramog'idagilariga bankrotning mulki hisobidan yashash uchun zarur bo'lgan mablag' miqdorida ikki oygacha to'lab turadi. Ayrim hollarda, bu muddat xo'jalik sudi tomonidan uzaytirilishi mumkin.

Xalqaro tajribada bankrotlik asosida korxonani tugatish uncha ham xush ko'rilmaydi. Uning o'miga uni yana normal faoliyat olib ketishiga ko'maklashish ko'zda tutilgan. Mamlakatimizdagi amaldagi bankrotlik to'g'risidagi qonunda ham ana shunga qaratilgan tamoyil mavjud, ya'ni: «Bankrotlikning oldini olish maqsadida qarzdorning muassislari (ish-tirokchilari), boshqaruv organi yoki qarzdorning mol-mulki egasi qarzdorni bankrot deb topish to'g'risidagi ariza iqtisodiy sudga taqdim etilgunga qadar qarzdorni moliyaviy jihatdan sog'lomlashtirishga qaratilgan chora-tadbirlarni ko'radi. Qarzdorni moliyaviy jihatdan sog'lomlashtirishga qaratilgan chora-tadbirlar qarzdor bilan tuzilgan bitimga asosan kreditorlar yoki boshqa shaxslar tomonidan ham ko'rilishi mumkin».

13.3. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida franchayzing korxonalari haqida tushuncha

Bugungi kunda kooperatsiya aloqalarining xomashyo yetkazib berishdan iborat oddiy ko'rinishidan tortib to franchayzing tizimini qo'llash kabi murakkab turlarigacha mavjud.

Kooperatsiya aloqalari – mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha bir yoki bir necha korxonaning hamkorligi.

Ba'zida ma'lum bilimga, tajribaga, qobiliyatga ega bo'lgan ishbilarmonga o'zining shaxsiy biznesining tashkiliy shaklini tanlab olish uchun dadillik, mardlik xususiyati yetishmaydi, shu sababli u o'ziga ishlatish uchun tayyor korxonani intiyozli shart bilan boshqa davlatdan yoki O'zbekistondan, yirik firmadan yoki ularning texnologiyasidan, tovar markasi (belgisi)dan foydalanish huquqiga ega bo'ladi, ya'ni franchayzing oladi.

Franchayzing – bu tomonlarning o'zaro manfaatli bitimga asoslangan biznes olib borish usulidir. Bu bitim yirik kompaniya hamda mayda firma yoki alohida ishbilarmonlar o'rtasida tuziladi. Bu bitimning mohiyati kichik biznesga o'z ishini maxsus tanlangan joyda va ma'lum vaqt davomiyligida olib borish imkonini berishdan iborat. Har qanday franchayzing tizimining asosini tomonlarning vazifalarini o'z ichiga oluvchi **franchayzing shartnomasi** tashkil qiladi.

Franshiza – biznes yuritishning bir turi bo'lib, xarajatlarning tez qoplanishi va daromadliligi bilan tanilgan. Bugungi kunda bu biznesni yo'lga qo'yishning eng oson yo'llaridan biri, unda boshlovchi tadbirkor ilk besh yillik oyoqqa turib olish bosqichini tashlab, bevosita yirik daromadlarga o'tish imkoniga ega bo'ladi.

Savdo markasidan foydalanishda, odatda, kompaniyalar paushal badal to'lashadi – bu bir martalik to'lov bo'lib, qaytarib berilmaydi, lekin franchayzer brendidan foydalanish huquqi uchun kafolat sifatida xizmat qiladi. Yana bir to'lov bor – royalti, u har oy franchayzi aylanmasidan brend egasiga to'lanadi. Franshiza ochishdagi eng muhim omil – tikiladigan mablag' miqdori, chunki boshlovchi biznesmen biznesga qancha investitsiya kiritish lozimligini har doim ham bilavermaydi. Butun dunyoda o'nlab, yuzlab do'konlari bor tajribali franchayzer esa, yaxshi maslahatchi bo'la oladi – u franchayzing muvaffaqiyatli ishlashidan manfaatdordir. Paushal badal va royaltiga ketadigan dastlabki

xarajatlardan tashqari, jihozlar, reklama va xodimlar ish haqlari uchun mablag' talab etiladi.

Starbucks franshizasini olish istagida bo'lganlar qahvaxonaning har bir kvadratiga 2–2,5 ming dollar tikishlariga to'g'ri keladi, qahvaxona umumiy maydoni esa, 75–85 m² bo'lishi lozim. Shu tariqa, Starbucksga investitsiyalarning o'zi biznesmenga 150–175 ming AQSH dollariga tushadi, bunga hali paushal badal va royalti kirmaydi. Shuningdek, kompaniya loyiha ikki yildan keyingina foydaga kirishini va'da qiladi. Kompaniya o'z obro'sini shunchalik avaylaydiki, hatto, juda foydali bitim taklif etilganda ham, biznesmen shubha uyg'otsa yoki, tajribasi kam bo'lsa, rad javobi beriladi.

Subway – umumiy ovqatlanish restoranlari bo'yicha jahondagi yetakchi tarmoq, dunyoning 112 ta mamlakatida mavjud, kompaniya brendi ostida 44 800 ta restoran faoliyat yuritadi. Starbucksga qaraganda, Subway potensial franchayzi uchun yumshoqroq shartlar qo'yadi. Sendvichxonalar tarmog'i bilan hamkorlik qilish uchun tajriba yoki ajoyib biznesmen obro'si talab etilmaydi.

O'zbekiston franshiza bozorida Interkontinental, Radisson, Hyatt va boshqa mashhur mehmonxona brendlari uchratish mumkin. Yana bir qancha kiyim-kechak brendlari vakillari bor, ular orasida eng mashhurlari – Adidas, Giovanni Gentile, MEXX, Tommy Hilfiger, umumiy ovqatlanish yo'nalishidagi taniqli brendlardan rossiyalik «Shokoladnitsa» yaqinda ish boshlaydi. Bundan tashqari, franshizalarning noan'anaviy ko'rinishlari ham uchraydi, bunga «Mozgoboynya» intellektual-ko'ngilochar o'yini misol bo'ladi.

13.4. Franchayzingning chet el tajribasi

Tojikistondagi vaziyatni o'rgansak, u yerda ham bizdagidek, franshiza yetarlicha rivojlanmaganligini ko'ramiz. Hozirda Tojikistonda Burger King, «Ashan», MEXX, Coca-Cola va boshqalar franshizalari ishlamoqda. Aksariyat xorijiy yirik tarmoqlar katta investitsiya kompaniyalari tomonidan yoki davlat ko'magida ochilmoqda.

News.tj keltirishicha, «East Star Capital Kyrgyz Republic» bosh direktori Alua Maulen shunday deydi: «Markaziy Osiyo uchun franshizalar to'plashda biz moliyaviy jihatga ham e'tibor beramiz. Bu bozor qimmatbaho franshizalar uchun emasligini tushunamiz. Markaziy

Osiyo bozori uchun franshizalar narxi – \$15 mingdan \$2 milliongacha. Bundan tashqari, franchayzi har yili umumiy daromadning 7 foizini franchayzerga to‘lab borishi kerak».

McDonald’s ni bizga olib kirish qanchaga tushadi?

McDonalds bilan shartnoma tuzgach, franchayzi 15 ta restoran qurishi, ularning tovar aylanmasi keyingi besh yilda 1,5 mln. dollar bo‘lishi, qolaversa barcha mahsulot – masalliqdan tortib tish kavlagichgacha – AQSHdan keltirilishi lozim bo‘ladi. Bunday shartlarga uncha-muncha tadbirkor chidash bera olmaydi. Bu esa, xususiy shaxslar yirik loyihalarga pul tikishga qodir emasliklari yoki bundan cho‘chishlarini anglatadi.

Qozog‘istonda sharoit ancha yaxshi, bu mamlakatda ko‘plab xalqaro franchaying tarmoqlari – mehmonxonalar, restoranlar, kiyim-kechak do‘konlarining turli xillarini ko‘rasiz. McDonalds Qozog‘istonda 2016-yil martda ochildi, keyingi yillarda yana 15 ta ochish rejalashtirilgan. Turmush darajasi yuqoriroq bo‘lgani sababli, franshizalar Qozog‘istonda o‘zini qoplashi osonroq, ko‘pincha kompaniyalar Markaziy Osiyo bozoriga kirishni aynan Qozog‘istondan boshlaydilar (Coca-Cola, Burger King, Adidas, KFC, Marriott, Interkontinental va h.k.). Bu hudud lakmus qog‘ozchasi kabi: agar muhit samarali bo‘lsa mintaqaning boshqa qismlariga ham tarqalish mumkin, zero Markaziy Osiyo mamlakatlari ko‘p mezonlarga ko‘ra o‘xshashdirlar.

Markaziy Osiyo franshiza haqida Sho‘rolar Ittifoqi tarqalganidan keyin xabar topdi va mintaqa mamlakatlari ushbu biznes modelini endigina o‘zlashtirmoqdalar. Bu mamlakatlarda franshiza tez va oson ildiz otadi, deyish xato bo‘lardi. Axir chorak asr oldin bu tushunchaning o‘zi yo‘q edi.

Ushbu faoliyat turi franchayzer uchun ham, franchayzi uchun ham birdek manfaat keltiradi. O‘z tovar belgisini ijaraga berar ekan, mahsulotlar sotuvidan kafolatlangan doimiy daromad olib turadi. Shu bilan birgalikda, tayyor mahsulot belgisi va brendni ommaga tanitish, reklama-marketing siyosatini olib borishda qiyinchiliklarga duch kelmaydi. Umuman olganda, franchaying mamlakat iqtisodiyoti uchun katta foyda keltirib, muvaffaqiyatli ish olib borish modellari va zamonaviy texnologiyalarning tarqalishi hamda ko‘payishiga xizmat qiladi. Kichik biznes uchun esa samarali «tarbiya maktabi» bo‘lib, amaliy

natija beradigan tadbirkorlarning ko'payishiga, iqtisodiyotga odamlar va ular jamg'armalarining jalb qilinishiga olib keladi.

O'z franshizini bozorga taqdim etar ekan, franchayzer biznes-tizimini, uning samaradorligini ko'rsatib bera olishi lozim. Shu bilan ijaraga oluvchilar uchun o'z samaradorligini amalda ko'rsata olgan, tekshirilgan va foydalanish uchun shay holga keltirilgan biznes-model imkoniyatlari namoyish etiladi. O'z-o'zidan, franchayzilar bozordagi tayyor o'miga, potensial xaridorlar guruhiga ham ega bo'ladi.

Franchayzer hamkoriga biznes-shaklni taqdim etar ekan, nafaqat mexanizmning o'zini, balki undan samarali foydalanish qoidalarini ham taqdim etadi. Shuningdek, u o'z hamkorlarini biznesni qanday qilib yuritish, uning nozik jihatlarini ham o'rgatadi. Kerak bo'lsa, xodimlarining malakasini oshirishga ko'maklashadi.

Franchayzingning yana bir afzal jihati shundaki, u orqali «qaroqchilik», ya'ni, savdo belgisidan noqonuniy foydalanish, soxta mahsulotlarni ishlab chiqarishga qarshi samarali kurash olib borish mumkin. Chunki franchayzi franchayzer «oyog'i yetmaydigan» hududlarda faoliyat ko'rsatib, uning savdo belgisi hamda tijoriy manfaatlarini himoyalaydi.

O'zgalar tomonidan ishlab chiqilgan va oyoqqa turg'izilgan faoliyat asosida tadbirkorlik bilan shug'ullanish muayyan tartib-qoidalar va cheklovlarga rioya qilish zaruratini ham keltirib chiqaradi. Ijaraga oluvchi shaxs ko'p hollarda franchayzer tomonidan belgilangan yetkazib beruvchilardan xomashyo va mahsulotlarni sotib olishga majbur bo'lib qoladi. Natijada erkin bozorga chiqish, o'zi istagan narxda xomashyo va mahsulotlarni sotib olish imkoniyatidan mahrum bo'ladi.

Franchayzingning eng keng tarqalgan ko'rinishlaridan biri, franchayzer tomonidan patentlangan tayyor mahsulotlar ishlab chiqaruvchi texnologiya ijarachiga taqdim etiladi. Asosiy shart esa franchayzer uni xomashyoni ta'minlaydi va ishlab chiqarish jarayoni ustidan nazorat o'rnatadi. Bunday uslub asosan hududlardagi alkogolsiz salqin ichimliklar ishlab chiqarish sohasida keng tarqalgan. Mahalliy franchayzilar asosiy kompaniya bilan sheriklikda unga tegishli bo'lgan brend ostida mahsulot ishlab chiqarib foyda ko'raveradi.

Franchayzing xizmat ko'rsatish sohasida ham keng tarqalgan. Bunda franchayzi reklama fondi uchun ma'lum miqdorda qo'shimcha mablag' to'lab turishiga to'g'ri keladi. Ayniqsa, tez tayyor bo'luvchi taomlar

savdosi bilan shug'ullanadigan kichik kafelar tarmog'ida franchayzing keng tarqalgan bo'lib, ular asosiy kompaniya qo'ygan umumiy talablar asosida faoliyat ko'rsatadi. Bu shartlar qatorida ishchi-xodimlarning bir xil libosda bo'lishi, kafe dizayni, ranglarning o'xshashligi, taomlarni tayyorlash texnologiyasidagi umumiyliklarni sanab o'tish mumkin.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Moliyaviy qashshoqlik. Zarar. Davlat maqsadli jamg'armalari. Huquqbuzarlik. Mansabdor shaxs. Ma'muriy javobgarlik. Sanatsiya. Bankrot. Kreditor. Aktivlar. Passivlar. Kapital. Oborot kapitali. Instansiya. Penya. Sanksiya. Inflyatsiya. Qiymat. Kompensatsiya. Kooperatsiya. Franchayzing. Savdo markasi. Paushal badali. Royalti. Franshiza. Biznesmen. Brend. Patent.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti tomonidan (24-iyun 2005-yilda) qabul qilingan «Tadbirkorlik subyektlarining xo'jalik sohasidagi xuquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish to'g'risida» Farmonida qanday tartib-tamoyillar belgilab qo'yildi?

2. Kichik biznes korxonalari bankrot bo'lish imkonini baholashda qaysi ko'rsatgichlar nisbatini tahlil qilish zarur?

3. Fanda «Sanatsiya» atamasi qaysi til so'zidan olingan va ma'nosi qanday?

4. Bankrot ifodasani yoritib bering.

5. Kreditor deganda nima tushuniladi?

6. Aktivlar va passivlar ma'nosini anglatuvchilar nimalardan iborat?

7. Kapital atamasiga nisbatan nimalarni aytish mumkin?

8. Penya deganda nimani tushinasiz?

9. Majburiy to'lovlar turkumiga nimalar kiritilgan?

10. Sanksiya mazmunini yoritib bering.

11. Bozor iqtisodiyoti sharoitida inflyatsiya jarayoni doim sodir bo'luvchi hodisa ekanligini nazarda tutgan holda, aytingchi, bunga sabab va omillari sifatida nimalar bo'lishi mumkin?

12. Qiymat yaritilish jarayoni bosqichlarini so'zlab bering.

13. Kompensatsiya nimani anglatadi?

14. Kooperatsiya aloqalari – bu ... jumlani to'ldiring.

15. Franchayzing atamasi qanday mazmunga ega?

16. Paushal badal to'g'risida axborot bering.

17. Royalti bo'yicha tushunchangizni keltirib o'tsangiz.

18. Franshiza deganda nima anglanilishi lozim?

19. Savdo markasidan foydalanish(franshiza)da qanday talab va shartlar mavjud?

20. Franchayzing orqali nimaga qarshi samarali kurash olib borish mumkin?

14. TAVAKKALCHILIK TUSHUNCHASI, UNI BAHOLASH VA BOSHQARISH USULLARI

14.1. Tavakkalchilik tushunchasi va undagi sug'urta bilan bog'liq va bog'liq bo'lmagan xavflar.

14.2. Tavakkalchilik turlari va uni boshqarish.

14.3. Tavakkalchilikni baholash usullari.

14.1. Tavakkalchilik tushunchasi va undagi xavflar

O'zbek tilining izohli lug'atida «tavakkal» tushunchasi: uzoq mulohaza qilib o'tirmay, nima bo'lsa bo'lar, «yo ostidan yo ustidan» zaylida qilingan harakat ma'nosida talqin qilinadi.

Tavakkalchilik tushunchasi esa tavakkaliga, tavakkal tushunchasi va tavakkaliga, tavakkal bilan ish qiluvchi ma'nosini beradi.

Amerikalik ishbilarnonlarga xos bo'lgan tavakkalchilikni Amerika iqtisodiyoti «chapani» muhojirlar olib kelganlar va singdirganlar. Ular o'troq va ehtiyotkor yerli aholini o'z ishbilarnonlik faoliyatida tavakkalchilik ham qilib turishga majbur etishgan.

Yana o'zbek tilining izohli lug'atiga murojaat qilamiz. Unda bu iboralar quyidagicha talqin qilingan:

Xavf – biror ko'ngilsiz hodisa yoki falokat yuz berishi ehtimolligi; xatar; qo'rqinch.

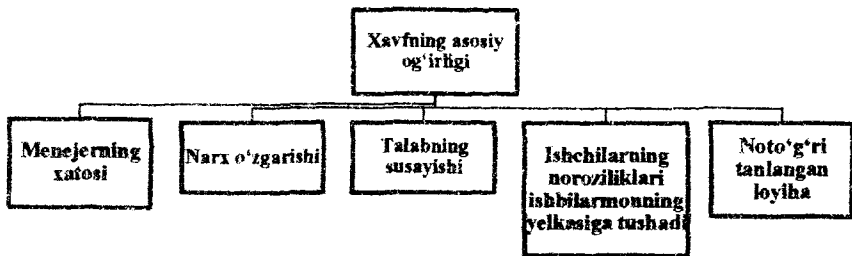
Xatar – biror baxtsizlikka, falokatga olib kelishi mumkin bo'lgan sharoit; xavf; tahlika.

Xavf - xatar – xavf va xatar, biror narsadan qo'rqish.

Ko'rib turibmizki, xavf tushunchasi ehtimollik bilan bog'lanayotgan bo'lsa, xatar iborasida esa asosiy urg'u sharoitga, vaziyatga berilyapti. Uchinchisida har ikkala tushuncha bir xil ma'noda talqin qilinayapti.

Tavakkalchilikda xavfning asosiy og'irligi.

Amerikacha ta'rifga ko'ra, tavakkalchilik – bu biron ish bilan shug'ullanish oqibatida zarar ko'rib qolishdan qutulib qolish imkoniyati. Albatta, ba'zi xavflarni sug'urta kompaniyalari bilan shartnoma tuzish orqali oldini olish mumkin. Biroq xavfning asosiy og'irligi sifatida quyidagilar nazarda tutiladi, ya'ni (14.1-chizma):



14.1-chizma. Xavfning asosiy og'irligi

Ammo umuman, xorij tajribasi ishbilarmonlik tavakkalchiliksiz mumkin emasligidan guvohlik beradi. Kimki, hech bir tavakkal qilmasa, oxir oqibatda xonavayron bo'ladi.

Tavakkalchilik foydadan mahrum bo'lish va boshqa sabablarga ko'ra zarar ko'rish singari yomon oqibatlar ro'y berish ehtimoli bilan ifodalanadi. Shu ma'noda:

Tavakkalchilik – bu oqibatning yaxshi bo'lishiga umid bog'lab, xavf ehtimolligini zimmasiga olgan holda qilinadigan harakat.

Tavakkalchilik – bu resurs yoki daromaddan to'la yoki qisman yo'qotish xavfi.

Tavakkalchilik – noaniqlik sharoitida har qanday dovyurak menejer uchun tabiiy holat, vaziyat. Tavakkal botirning ishi.

Tavakkalchilik – bu omadsiz oqibatning niqdoriy baholanishi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun korxonalar boshqaruvchilari samarali boshqaruv uslublarini bilishlari, tavakkalchilik chegaralarini aniqlay olishlari, mavjud variantlardan eng maqbulini tanlay olishlari kerak. Bu esa uning ishbilarmonlik qobiliyati bilan belgilanadi va har bir boshqaruvchidan ma'lum darajada bilim va malaka talab qiladi. Hozirgi kunda qishloq xo'jaligi tarmog'ida xususiy lashtirish jarayoni nihoyasiga yetkazilib, minglab xususiy tadbirkorlik subyektlari, ya'ni fermer va dehqon xo'jaliklari, shirkatlar va boshqa biznes tuzilmalari vujudga kelmoqda. Biznes va tadbirkorlik faoliyati esa muqarrar ravishda tavakkalchilik (risk) elementlari bilan bog'liq faoliyatdir.

Tadbirkorlik – foyda olish maqsadida o‘z mol-mulkini tavakkalchilik asosida biznesga tikish jarayoni ekanligi tufayli, bunday faoliyat doimiy ravishda ma‘lum bir xatarlar bilan bog‘liq bo‘ladi.

Mamlakatimiz va xorijda to‘plangan tajribalar tadbirkorlik faoliyatini tavakkalchiliksiz amalga oshirib bo‘lmasligini ko‘rsatmoqda.

Tavakkalchilik – kelgusidagi vaziyat noaniq sharoitda pirovard natija yaxshi bo‘lishiga umid bog‘lab, mol-mulk yoki foydadan mahrum bo‘lish (to‘liq yoki qisman) xavfimi o‘z bo‘yniga olib qilinadigan tadbirkorlik faoliyatidir.

Tavakkalchilikda sug‘urta bilan bog‘liq bo‘lgan va bog‘liq bo‘lmagan xavflar.

Sug‘urta bilan bog‘liq bo‘lmagan xavf turlari:

1. Menejerlar xatosi.
2. Tijoratchilikdagi xavf.
3. Resurslarni noto‘g‘ri taqsimlanish xavfi.
4. Iqtisodiy beqarorlik va talabning o‘zgarishi.
5. Raqobatdoshlarning harakati .
6. Moliyaviy xavf.
7. Narx, talab, daromadlar darajasining o‘zgarish xavfi.
8. Kutilmagan iqtisodiy va tabiiy falokatlar, ekologiya ofatlari xavfi.
9. Loyihani tanlashda xato qilish xavfi.
10. Mazkur biznes uchun og‘ir oqibatlar keltiruvchi kutilmagan siyosiy voqealar.
11. Milliy va millatlararo ko‘tarilish xavfi.
12. Hukumatning kutilmagan qarorlari (qonunlardagi, narx va soliqlardagi o‘zgarishlar).
13. Xodimlar noroziligi.
14. Firma boyligi nuqtayi nazardan uncha ulkan bo‘lmagan mol-mulkning nobud bo‘lish xavfi.
15. Ko‘p sonli, bir tipli mol-mulkning nobud bo‘lishi xavfi.

Sug‘urta – bu inson faoliyatining turli sohalarida sodir bo‘ladigan tabiiy ofatlar, favqulotda hodisa va boshqa voqealar natijasida yetkazilgan zarar hamda talofatlarning jismoniy va yuridik shaxslar to‘lagan sug‘urta badallari (sug‘urta puli)dan hosil qilinadigan pul fondlari hisobidan to‘liq va qisman qoplash bilan jismoniy va yuridik shaxslar manfaatlari sug‘urtalanishini ta‘minlashga doir munosabatlar, demakdir.

Sug‘urta qilib qo‘yish maqbul bo‘lgan xavflar:

1. Yong‘in va boshqa tabiiy ofatlar.
2. Avtomobil halokatlari.
3. Yukning tashilishda buzilishi yoki nobud bo‘lish xavfi.
4. Firma hodimlari ehtiyotsizligi.
5. Firmaga hodimlar noinsofligi bois yetkaziladigan moddiy va ma‘naviy zarar.
6. Butun loyihaning bajarilishiga javobgar bo‘lgan hodimlardan biri yoki bir guruhning o‘z vazifalarini bajarmasligiga aloqador xavf.
7. Korxonaning (turli sabablarga ko‘ra) ish faolligini vaqtincha to‘xtab qolishi.
8. Firma rahbari, yetakchi xodim yoki boshqa firmaning muvaffaqiyatining uning faoliyat ko‘rsatishi bilan bog‘liq bo‘lgan mutaxassisning o‘limi yoki kasalligidan yuzaga keladigan xavf.
9. Xodimning o‘limi, kasal bo‘lib qolishi yoki baxtsiz hodisaga uchrashi bilan bog‘liq xavf.

14.2. Tavakkalchilik turlari va uni boshqarish

Amaliyotda rahbar yoki tadbirkor o‘z faoliyatida:

- mol-mulk talafotiga;
- moliyaviy yo‘qotishlarga;
- daromadlarning kamayishiga;
- foyda darajasini aniqlashdagi xatoliklarga

yo‘l qo‘ymaslik va shu jihatlarni yaxshilash maqsadida turli-tuman tavakkalchilikka boradilar.

Shunday sharoitda qaysi bir turdagi tavakkalchilikni tanlash, qaysi biri ko‘proq samara berishi mumkinligini aniqlash ko‘p jihatdan tavakkalchilik turlarining ilmiy asoslangan tavsifnomasini bilishni taqozo etadi. Shunday tavsifnoma quyidagi ko‘rinishga ega.

Sof tavakkalchilik salbiy (zarar, ziyon) yoki nol natijaga erishish ehtimolini bildiradi. Shunday turdagi tavakkalchilikka tabiiyat, ekologiya, siyosat, transport va qisman tijorat bilan bog‘liq tavakkalchiliklar kiradi.

Chayqovchilik (спекулятив) tavakkalchilik ham salbiy (zarar, ziyon), ham ijobiy natija (yutuq, foyda)ga erishish ehtimolini bildiradi. Bu turdagi tavakkalchilikka moliya bilan bog‘liq bo‘lgan ikki turdagi,

ya'ni investitsiya va pulning sotib olish qobiliyati bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchiliklar kiradi.

Tabiiyat bilan bog'liq tavakkalchilik turiga tabiiy ofatlar oqibatida ehtimol (tavakkal) qilinadigan zararlar kiradi, masalan, yer qimirlashi, suv toshqini, dovul, epidemiya va boshqalar tufayli keltirilgan zarar darajasi.

Ekologiya bilan bog'liq tavakkalchilik – bu atrof-muhitni ifloslanishi oqibatida ehtimol (tavakkal) qilinadigan zarar yoki qo'shimcha xarajat).

Siyosat bilan bog'liq tavakkalchilik – bu siyosat beqarorlik oqibatida ehtimol qilinadigan moddiy (moliyaviy) zararlar. Bu tavakkalchilik korxonaga faoliyatiga emas balki mamlakatdagi sotsial siyosiy barqarorlikka bog'liq.

Transport bilan bog'liq tavakkalchilik – bu avtomobil, temir yo'l, dengiz, havo transportlarida yuklarni tashish jarayonida ehtimol (tavakkal) qilinadigan zararlar.

Tijorat bilan bog'liq tavakkalchilik – bu xo'jalik subyektlarining tadbirkorlik faoliyati oqibatida ehtimol (tavakkal) qilinadigan zararlar. Bunday turdagi tavakkalchilik o'z navbatida ishlab chiqarish, savdo va qisman moliya bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchiliklarga bo'linadi.

Ishlab chiqarish bilan bog'liq tavakkalchilik – bu ishlab chiqarish jarayonining to'xtab qolishi yoki bir maromda ishlayotganligi, texnologiyaning buzilishi, sifatsiz xom ashyo oqibati yoki xodimlarning sifatsiz ishlashlari evaziga ehtimol (tavakkal) qilinadigan zarar yoki qo'shimcha xarajatlardir.

Savdo bilan bog'liq tavakkalchilik – bu o'zaro to'lovlarning kechiktirilishi, shartnoma shartlarining bajarilmasligi oqibatida ehtimol (tavakkal) qilinadigan zarar yoki olinmaydigan daromad.

Moliya bilan bog'liq tavakkalchilik – bu ehtimol qilinadigan moliyaviy zararlar bo'lib, u o'z navbatida investitsiya va pulning sotib olish qobiliyati bilan bog'liq bo'lgan, oxirgisi esa o'z navbatida:

* inflyatsiya va

* valuta bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchilik turlariga bo'linadi.

Inflyatsiya bilan bog'liq tavakkalchilik – bu olingan daromadlarning qadri yuqori inflyatsiya oqibatida tezroq qadrsizlanishini bildiradi.

Valuta bilan bog'liq tavakkalchilik – bu chet el valutasini kursining o'zgarishi oqibatida ko'riladigan katta zararni bildiradi. Bu tavakkalchilik

eksport-import operatsiyalarini, shuningdek, valuta operatsiyalarini baholashda o'ta zarurdir.

Tizimli tavakkalchilik – bu, u yoki bu bozorda konyukturaning yomonlashishi yoki tushib ketishi oqibatida ehtimol qilinadigan zarar. Bu tavakkalchilik investitsiyani aniq bir obyektga emas, balki muayyan bozor (masalan, valuta bozori, qo'zg'almas mulk bozori va boshqalar) uchun barcha qo'yilgan mablag' bo'yicha tavakkalchilikni ifodalaydi.

Selektiv tavakkalchilik – bu u yoki bu bozorda obyektning noto'g'ri tanlab olishi oqibatida ko'riladigan tavakkal zarar yoki boy berilgan naf.

Kredit tavakkalchiligi – bu qarz olgan tomonning o'z majburiyatlarini to'lay olmasligi xavfi.

Regional tavakkalchilik – muayyan regionlarning iqtisodiy holati bilan bog'langan bo'ladi.

Tarmoq bilan bog'liq tavakkalchilik – ayrim tarmoq iqtisodiyoti bilan bog'liq bo'lib, u ikkita omil ta'siri ostida bo'ladi:

- tarmoqdagi davriy beqarorlikka;
- tarmoq ishlab chiqarishining hayotiy bosqichlariga.

Korxonaga tavakkalchiligi – investitsiya objekti bo'lgan aniq korxonaga faoliyati bilan bog'liq.

Investitsiya tavakkalchiligi deganda yangi tovar yoki xizmat, yangi texnologiyani ishlab chiqish va joriy qilish uchun sarflangan xarajatlarning qoplanmasligi oqibatida ko'riladigan tavakkal zarar tushuniladi.

Demak, tadbirkorlik subyekti faoliyati bilan bog'liq tavakkalchilik turlarini mohiyati va kelib chiqish xususiyatlariga ko'ra quyidagicha turkumlash mumkin:

1. Tabiiy jarayonlar bilan bog'liq tavakkalchilik
2. Ishlab chiqarish faoliyatiga oid tavakkalchilik.
3. Mahsulotlarni tashish va saqlash jarayoni bilan bog'liq tavakkalchilik.
4. Tijorat faoliyatiga oid tavakkalchilik.
5. Moliyaviy faoliyatga oid tavakkalchilik.
6. Siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy xarakterdagi tavakkalchilik.

Tavakkalchilikni tug'diradigan xavf turlari xilma-xil bo'lib, ularning ba'zi birlari korxonaning o'z faoliyatini natijasida yuzaga kelsa, ikkinchi birlari unga bog'liq bo'lmagan tashqi omillar ta'sirida yuzaga keladi.

Tavakkalchilikni boshqarish tizimi. Har qanday xo'jalik korxonasi tavakkalchilik bilan bog'liq faoliyat olib borar ekan, doimiy ravishda tavakkalchilik turlarini aniqlaydi, ma'qul bo'lgan tavakkalchilik chegarasini belgilaydi hamda uning keskin oqibatlaridan o'zini himoyalash yo'llarini qidiradi.

Tavakkalchilikdagi xavf darajasini aniqlash, uning oldini olish yo'llarini izlab topish va uning oqibatida yuz berishi mumkin bo'lgan zararlarni pasaytirish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirishga oid faoliyat **tavakkalchilikni boshqarish tizimi** deb ataladi.

Tadbirkorning **tavakkalchilikni boshqarish** doirasidagi faoliyati o'z korxonasini uning daromadligiga tahdid soluvchi tavakkalchiliklar ta'siridan himoya qilishga yo'naltirilgan.

Yuqorida ta'kidlaganimizdek, aksariyat hollarda iqtisodiy baholashlar va boshqaruv qarorlari ko'p variantli bo'lib ehtimollik xarakteriga ega. Shu sababli xato va yanglishishlar bu jarayonda tabiiy bo'lganda, baribir noxush holdir. Shunday sharoitda menejer:

- tavakkalchilikdagi xavf ehtimolini;
- u xavf darajasini pasaytirish choralari;
- ehtimol qilinayotgan zararni qoplash yo'llarini oldindan hisob-kitobi qilishi lozim.

Tavakkalchilikni boshqarishning mohiyati ham ana shunda.

Tavakkalchilikni boshqarishdan maqsad – bu korxonani faqat bankrotlikdan saqlab qolish emas, balki qanday sharoitda bo'lsa ham foydani minimal darajadan past bo'lishiga yo'l qo'yilmaslikdir.

Tavakkalchilikning maqsadga muvofiqligi baho berish uchun eng avvalo ehtimol qilinayotgan, xavf darajasiga qarab tavakkalchilikning tayin zonalarini ajratib olish zarur.

Zarar kutilmaydigan, ya'ni xo'jalik faoliyatining natijasi ijobiy bo'lgan zona **xavfsiz zona** deb ataladi.

Yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan xavf zonasi deganda ehtimol (tavakkal) qilinayotgan zarar kutiladigan foydadan ko'p bo'lmagan zona tushuniladi. Shunda tadbirkorlar faoliyati iqtisodiy nuqtayi nazardan maqsadga muvofiq deb yuritiladi. Yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan xavfzonasining chegarasi quyidagicha ko'rinishda bo'ladi:

Zarar darajasi ko'lami	=	Hisoblangan foyda darajasi, ko'lami
---------------------------	---	--

Jiddiy (keskin) xavf zonasi deganda ehtimol (tavakkal) qilinayotgan zarar nafaqat kutiladigan foyda, shuningdek, hisoblangan naqd pul daromadidan ham ko'p bo'lgan zona tushuniladi, ya'ni jiddiy xavf zonasining chegarasi quyidagicha bo'ladi. Boshqacha qilib aytganda, bu yerda tadbirkor nafaqat hech qanday foyda olinishi, shuningdek barcha ishlab chiqarish xarajatlari miqdorida to'g'ridan to'g'ri zarar ko'rinishgacha tavakkal qiladi.

Fojiali xavf zonasi deganda ehtimol (tavakkal) qilinayotgan zararining jiddiy xavf zonasi o'z domiga tortib, undan oshib korxonaning xususiy kapitaliga teng bo'lgan zona tushuniladi. Bunday tavakkalchilik oqibati korxonaning yoki tadbirkorning bankrotlikka va yemirinishiga olib keladi. Fojiali xavf tadbirkor hayoti, uni sog'lig'iga xavf tug'dirishi mumkin.

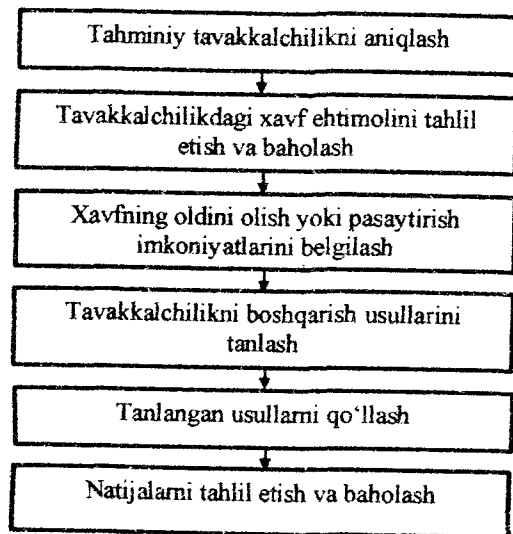
14.3. Tavakkalchilikni baholash usullari

Tavakkalchilikni baholash jarayoni tavakkalchilik boshqaruvida muhim o'rin egallaydi. Tavakkalchilik boshqaruvida tavakkalchilikka berilgan baho asosida korxonada o'z biznes faoliyati samaradorligini oshirish mumkin (14.2-chizma).

Tavakkalchilikni baholash – tavakkalchilik darajasini miqdoriy yoki sifat o'lchamlari bilan aniqlashdir.

Ilmiy adabiyotlarda tadbirkorlik tavakkalchiliklarini baholashning 4 usuli keltiriladi:

1. Statistika usuli.
2. Ekspert usuli.
3. Analitik usul.
4. Kombinatsiyalashtirilgan usul.



14.2-chizma. Tavakkalchilikni boshqarish jarayoni

Statistika usulida korxonalar va tarmoqdagi boshqa turdosh korxonalarining bir necha yillik faoliyati davomida yuz bergan tavakkalchilik hodisalari hamda ular natijasida ko'rilgan zararlar darajasi o'rganib chiqiladi.

Ekspert usulida ish tajribasi yuqori va mazkur sohada ekspert hisoblangan yuqori malakali mutaxassislarning fikrlari, aniq hisob-kitoblari va tavsiyalari e'tiborga olinadi.

Analitik usulda iqtisodiy-matematik usullar, vaziyatli ish o'yinlari va ehtimollar nazariyasidagi modellar yordamida tavakkalchilik darajasiga baho beriladi.

Kombinatsiyalashtirilgan usul yuqorida keltirilgan barcha usullarni yoki ulardan bir nechtasini qo'llash orqali amalga oshiriladi.

O'z faoliyati uchun ma'qul bo'lgan tavakkalchilik darajasi, qoida bo'yicha, aktivlar va xususiy kapital qiymati, pul oqimlari miqdori, to'lovga qobiliyat darajasi, sof foyda va rentabellik kabi ko'rsatkichlar bilan aniqlanadi.

Tavakkalchilikning yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan, jiddiy zarar tug'diradigan va o'ta xavfli darajalari mavjud bo'ladi.

Yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan tavakkalchilik darajasida ko'rilgan zararlar miqdori korxonaning haqiqatda erishgan sof foydasi miqdoridan oshib ketmagani ma'qul.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Tavakkal. Tavakkalchilik. Xavf. Xatar. Samarali boshqaruv uslublari. Tavakkalchilik (risk) elementlari. Biznes. Tadbirkorlik. Sug'urta. Tijoratchilik. Iqtisodiy beqarorlik. Talofat. Moddiy va ma'naviy zarar. Yetakchi hodim. Sof tavakkalchilik. Chayqovchilik (спекулятив) tavakkalchilik. Tabiiy ofatlar. Inflyatsiya bilan bog'liq tavakkalchilik. Selektiv tavakkalchilik. Tavakkalchilikni boshqarish. Tavakkalchilikni boshqarish tizimi. Bankrotlik. Hisob-kitob. Xavf zonasi. Fojiali xavf zonasi. Tavakkalchilikni baholash. Statistika usuli. Ekspert. Ehtimollar nazariyasi. Tavakkalchilik darajasi.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. O'zbek tilining izohli lug'atida «tavakkal» tushunchasi qanday talqin qilinadi?
2. Xavf ma'nosini yoritib bering.
3. Xatar deganda nimalar tushunilishi mumkin?
4. Xavf va xatar iboralari orasida qanaqa farq mavjud?
5. Bozor iqtisodiyoti sharoitida muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun korxonalar boshqaruvchilari nimani bilishlari, aniqlay olishlari, tanlay olishlari kerak?
6. Sug'urta -- bu ... jumlani davom ettiring.
7. Sug'urta bilan bog'liq bo'lmagan xavf turlari qanday?
8. Menejerlar xatosi deganda nimani tushunishimiz lozim?
9. Iqtisodiy beqarorlik atamasi qanaqa holatni ifodalashidan iborat?
10. Kutilmagan iqtisodiy, siyosiy va tabiiy falokatlar, Milliy va millatlararo ko'tarilish, ekologiya ofatlari hamda hukumatning kutilmagan qarorlari (qonunlardagi, narx va soliqlardagi o'zgarishlar) xavfi qanday vaziat deyiladi?
11. Bozor iqtisodiyoti sharoitida inflyatsiya jarayoni doim sodir bo'luvchi hodisa ekanligini nazarda tutgan holda, aytingchi, bunga sabab va omillari sifatida nimalar bo'lishi mumkin?

12. Moddiy va ma'naviy zarar bo'yicha tushuncha bering.
13. Sug'urta qilib qo'yish maqbul bo'lgan xavflar qatoriga nimalar kiradi?
14. Yetakchi xodim – bu ... jumlani to'ldiring.
15. Sof tavakkalchilik atamasi qanday mazmunni anglatadi?
16. Chayqovchilik (спекулятив) tavakkalchilik to'g'risida axborot bering.
17. Tabiyat bilan bog'liq tavakkalchilik turi bo'yicha tushunchangizni keltirib o'tsangiz.
18. Inflyatsiya bilan bog'liq tavakkalchilik deganda nimani anglash lozim?
19. Investitsiya tavakkalchiligi deganimizda, gap qanday zarar to'g'risida ketadi?
20. Selektiv tavakkalchilik – bu nimaning oqibatida ko'riladigan tavakkal zarar yoki boy berilgan naf?
21. Tavakkalchilikni boshqarishdagi maqsad nima bo'lishi mumkin?
22. Nimaga yonaltirilgan faoliyat tavakkalchilikni boshqarish tizimi deb ataladi?
23. Yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan xavf zonasi deganda nima tushuniladi?
24. Fojiali xavf zonasi deb qanaqa zonaga aytish mumkin?
25. Tavakkalchilikni baholashni ta'riflab bering.
26. Statistika usuli yordamida nima o'rganib chiqilishi nazarda tutilgan?
27. Ilmiy adabiyotlarda tadbirkorlik tavakkalchiliklarini baholashning nechta usuli keltiriladi va ular qanday usullar?
28. Tavakkalchilik darajasi deganda nimani nazarga ilmoq kerak?

15. KICHIK BIZNES FAOLIYATIDA INVESTITSIYALARNING TUTGAN O'RNINI VA AHAMIYATI

15.1. Investitsiyalarning nazariy asoslari: mazmun-mohiyati, vazifasi va turlari.

15.2. Davlat investitsiya siyosati va uning rivojlanishi.

15.3. Investitsiya manbalari va ulardan foydalanishning asosiy yo'nalishlari.

15.4. Investitsiya faoliyatini amalga oshirish va mo'ljallangan obyektga ko'ra investitsiyalarning turlari.

15.1. Investitsiyalarning nazariy asoslari: mazmun-mohiyati, vazifasi va turlari

Mamlakatimiz iqtisodiy farovonligi oshishi va kelajak rivojlanishi uchun investitsiya muhim poydevor sifatida qaralishi bezij emas. Bu borada O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev 2020-yil 24-yanvar kuni Oliy Majlisga Murojaatnomasida ta'kidlaganidek, «... iqtisodiyotni yuqori sur'atlar bilan rivojlantirish uchun faol investitsiya siyosatini izchil davom ettirish zarur. Investitsiya jalb etishning samarali vositalardan biri bo'lgan davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini transport, energetika, yo'l, kommunal, tibbiyot, ta'lim kabi sohalarga keng tatbiq etish kerak. ... Islohotlarimizga jiddiy to'sqinlik qilayotgan «yashirin iqtisodiyot»ga barham berilmas ekan, sog'lom raqobat ham, qulay investitsiya muhiti ham shakllanmaydi».² Bunga ko'ra, iqtisodiyotni rivojlantirish uchun faol investitsiya siyosatini izchil davom ettirish, keng miqyosda davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini tatbiq etishni jadallashtirish va «yashirin iqtisodiyot»ga barham berish bo'yicha aniq va to'liq choralar ko'rilishi zarur. Madomiki, investitsiyalar har qanday iqtisodiyotni harakatga keltiruvchi va uning taraqqiyotini ta'minlovchi kuch ekan, uning nazariy va me'yoriy-huquqiy asoslarini, rivojlantirish yo'nalishlarini o'rganib borishimiz, pirovardida, iqtisodiyotimizning investitsion jozibadorligi yanada oshirishimiz lozim.

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnomasi (24.01.2020). <https://president.uz/uz/lists/view/3324>

Investitsiya lotincha «**investire**» (kiyintirish, yasantirish), nemischa «**investment**» soʻzidan kelib chiqib, uzoq muddatga qandaydir ishga yoki korxonaga kapital mablagʻ qoʻyishni bildiradi. Investitsiya soʻzidan investor – omonatchi soʻzi kelib chiqib, u omonat beruvchi shaxs, tashkilot yoki davlatni anglatadi. Investorlar qatoriga qimmatli qogʻozlarni sotib oladigan va bu bilan oʻzlarining boʻsh mablagʻini joylashtiradigan yuridik hamda jismoniy shaxslar ham kiradi.

Investitsiya – bu moliyaviy (pul) yoki real kapitalga mablagʻ qoʻyish. U pul mablagʻlari, kredit, qimmatbaho qogʻoz shaklda olib boriladi va koʻchma, koʻchma boʻlmagan mol-mulkka, intellektual mulkka, neʼmatlarga boʻlgan huquqqa va boshqa qimmatliklarga qoʻyiladi, yaʼni korxonaning barcha aktivlarga ishlatiladi.

Investitsiyalar – korxonalar va xalq xoʻjaligi miqyosida yangi ishlab chiqarish korxonalarini yaratish yoki mavjud korxonalarni zamonaviylashtirish, ilgʻor texnika va texnologiyalarni oʻzlashtirish, mahsulot ishlab chiqarish va foyda (daromad) olishni koʻpaytirish maqsadida uzoq muddatli mablagʻlar kiritilishidir. Investitsiyalar ijtimoiy ishlab chiqarish tuzilmasini yaxshilash, ishlab chiqarishdagi nomutanosibliklarini bartaraf qilish va isteʼmol bozorini taʼminlashda alohida eʼtiborga ega. Investitsiyalarni shakllantirish va ulardan foydalanish, mamlakat va xoʻjalik yurituvchi subyektlarning investitsion siyosati asosida amalga oshiriladi.

Kapital qoʻyilmalar asosiy fondlarni qayta tiklash va oʻstirish uchun sarflanuvchi moddiy, mehnat va pul resurslaridir. Ular asosan bir vaqtning oʻzida amalga oshiriladigan xarakterga ega boʻlib, ishlab chiqarish xarajatlari yoki mahsulot tannarxi shaklidagi, joriy xarajatlardan farq qiladi. Kapital qoʻyilmalar maqsadli xarakterga ega boʻladi hamda xodimlarga mukofot toʻlash, xizmat safari (komandirovka) xarajatlari va hokazolarga sarflanishi mumkin emas.

Moliyaviy investitsiyalar qimmatbaho qogʻozlar, aksiya va obligatsiyalar sotib olish, pul mablagʻlarini banklarga foiz olish maqsadida depozit hisob raqamlariga qoʻyish bilan ifodalanadi.

Real investitsiyalar pul mablagʻlarini kapital qurilish, ishlab chiqarishni rivojlantirish va kengaytirishga kiritishni ifodalaydi. Real investitsiyalar korxonalar, tarmoq va butun xalq xoʻjaligining kuch-quvvatini belgilab beradi.

Moliyaviy (pul) kapitaliga (moliyaviy mablagʻlarga kredit sifatida, qimmatbaho qogʻozlarga) qoʻyilgan investitsiyani bir qismi tezlik bilan real kapitalga aylanishi mumkin, ikkinchisi – kengroq, yaʼni qandaydir vaqt oʻtgandan keyin, uchinchisi esa – umuman real kapitalga aylanmasligi mumkin (masalan, chiqarilgan yoki sotib olingan qimmatbaho qogʻoz oʻz qiymatini yoʻqotsa, oddiy soʻz bilan aytganda simsa). Shu sababli moliyaviy investitsiyada investorga moliyaviy xatar koʻproq boʻladi.

Investitsiya – moliya bozorining elementi hisoblanadi. Moliya bozori muayyan moliya muassasalari orqali oʻzaro aloqada boʻladigan mulk egalari bilan sarmoya, qarz oluvchilari oʻrtasidagi munosabatni ifodalaydi.

Iqtisodiy nuqtayi nazardan investitsiya asosiy va aylanma mablagʻlarni jamgʻarishni anglatadi. Moliyaviy nuqtayi nazardan moliyaviy resurslarni daromad (foyda) olish uchun toʻplashni koʻrsatadi. Buxgalteriya hisobi nuqtayi nazardan hisobotning aktiv va passivining bir necha moddalariga ishlatilgan kapital xarajatlarni birlashtirishni ifodalaydi.

Investitsiyalarning amal qilinishi boʻyicha quyidagi turlarga tasniflanadi:

1. Maqsadi boʻyicha – foyda olish uchun, ijtimoiy va ekologik ehtiyojlar uchun.

2. Obyekti boʻyicha – ishlab chiqarish va noishlab chiqarish.

3. Natural-moddiy koʻrinish boʻyicha – moddiy, nomoddiy va moliyaviy.

4. Hududiy kelib chiqishi boʻyicha – milliy va chet el.

5. Moliyalashtirish manbalari boʻyicha – xususiy (amortizatsiya, foyda, sotilgan narsalardan tushum) va omonatga olingan (kredit, lizing va boshqalar).

6. Ishlab chiqarish investitsiyasini yoʻnalishlari boʻyicha asosiy kapitalni yangilashga, koʻzgʻalmas mulkni, aylanma mablagʻni koʻpaytirish uchun, yangi mahsulot yaratish uchun, mahsulotning sifatini oshirish uchun.

7. Korxonani boshqarish huquqiga ega boʻlish omili boʻyicha: toʻgʻridan-toʻgʻri yoki bevosita; portfel.

Toʻgʻridan-toʻgʻri yoki bevosita investitsiyalar – chet el kapitalini toʻgʻridan-toʻgʻri kiritilishiga bildirib, investorga ushbu korxonalar ustidan nazorat qilish huquqini beradi. Investitsiyani ushbu turi transkontinental (boshqa qitʼa – kontinentga sarmoya kiritish), kapital qoʻyilmalari hamda

transmilliy (qo'shni davlatlarga kapital chiqarish sifatida amalga oshiriladi) kapital qo'yilmalar sifatida namoyon bo'ladi.

Portfel investitsiyalar litsenzion va franchayzing kelishuvlari, marketing xizmati haqidagi kontraktlar asosida tashkil qilinsa, korxonalarni boshqarish huquqini beradi.

8. Amal qilish muddati bo'yicha – qisqa va uzoq muddatli investitsiyalar mavjud.

9. Kelib chiqish hududi bo'yicha – milliy va xorijiy investitsiyalar.

10. Tavakkalchilik darajasi bo'yicha – tavakkalchiligi past, ishonchli va tavakkalchiligi yuqori, spekulativ investitsiyalar.

Investitsiya loyihasi kapitalni korxonaning ishlab chiqarish quvvati va boshqa sifat ko'rsatkichlarini kuchaytirish maqsadida rivojlantirish va kengaytirishga kiritishni rejalashtirish va amalga oshirish bo'yicha chora-tadbirlar majmuasidir. Investitsiya loyihasini tayyorlash va amalga oshirish quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- * investitsiyaviy g'oyalar (fikir)ni shakllantirish;
- * g'oyalarning dastlabki asoslanishi;
- * loyihada ko'zda tutilgan texnik qarorning tahlili;
- * sertifikat talablarining bajarilishini tekshirish;
- * investitsiya loyihasi bo'yicha davlat boshqaruv idoralari bilan kelishuv yuzaga keltirish;
- * axborot memorandumini tayyorlash.

Investitsiyalar – asosiy va aylanma kapitalni qayta tiklash va ko'paytirishga, ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirishga qilingan sarflarning pul shaklidagi ko'rinishi. U pul mablag'lari, bank kreditlari, aksiya va boshqa qimmatli qog'ozlar ko'rinishida amalga oshiriladi. Pul mablag'lari ko'rinishidagi investitsiya *nominal investitsiya* deyiladi.

Real investitsiyalar haqiqiy sarmoyalar to'g'ridan-to'g'ri kompaniyaning haqiqiy aktivlarini yaratish, kengaytirish yoki saqlashga sarmoya kiritishni anglatadi. Bunday sarmoyalar ham moddiy, ham nomoddiy bo'lishi mumkin.

15.2. Investitsiya sohasida davlat siyosati va uning rivojlanishi

Prezidentimiz Sh. M. Mirziyoyev ta'kidlaganidek: «...jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, qaysi davlat faol investitsiya siyosatini yuritgan bo'lsa, o'z iqtisodiyotining barqaror o'sishiga erishgan. Shu sababli ham

investitsiya – bu iqtisodiyot drayveri, o'zbekcha aytganda, iqtisodiyotning yuragi desak, mubolag'a bo'lmaydi. Investitsiya bilan birga turli soha va tarmoqlarga, hududlarga yangi texnologiyalar, ilg'or tajribalar, yuksak malakali mutaxassislar kirib keladi, tadbirkorlik jadal rivojlanadi».³

Mamlakatimizda investitsiya sohasida davlat siyosati, avvalambor, mavjud qonunchilikka, Hukumatimizning farmonu-qarorlari asosida shakllantiriladi va amalga oshiriladi. Xususan, Qonunchilik palatasi tomonidan 2019-yil 9-dekabrda qabul qilingan, Senat tomonidan 2019-yil 14-dekabrda ma'qullangan O'zbekiston Respublikasining «Investitsiyalar va investitsiya faoliyati to'g'risida»gi 2019-yil 25-dekabr O'RQ-598-sonli Qonuni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «2017-2022-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasini «Faol investitsiyalar va ijtimoiy rivojlanish yili»da amalga oshirishga oid Davlat dasturi to'g'risida»gi 2019-yil 17-yanvar PF-5635-sonli Farmoni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «O'zbekiston Respublikasida investitsiya muhitini tubdan yaxshilash chora-tadbirlari to'g'risida»gi 2018-yil 1-avgust PF-5495-sonli Farmoni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish davlat dasturlari doirasida amalga oshirilayotgan loyihalarni kreditlash tartibini takomillashtirishning qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida»gi 2019-yil 24-oktyabr PQ-4498-sonli Qarori va boshqalar.

Shu o'rinda ta'kidlab ketish joiz bo'ladiki, ushbu qonunning maqsadi chet ellik hamda mahalliy investorlar tomonidan amalga oshiriladigan investitsiyalar va investitsiya faoliyati sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat, ammo lekin markazlashtirilgan investitsiya bilan bog'liq munosabatlarni tartibga solmaydi. Shu bilan birga, kontsessiya faoliyati, mahsulot taqsimotiga oid bitimlar tuzish, ularni bajarish va bekor qilish, investitsiya, pay va venchur fondlari, kapital bozorini, shu jumladan qimmatli qog'ozlar bilan bog'liq operatsiyalarni tartibga solish, davlat-xususiy sheriklik, maxsus iqtisodiy zonalar sohasidagi huquqiy munosabatlar alohida qonunlar bilan tartibga solinadi.

³ Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. <https://m.kun.uz/news/prezident-murojaatnomasi-toliq-matn2018/12/28/>.

Davlat investitsiya siyosati – bu iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlarini rivojlantirish, qo‘llab-quvvatlash, markazlashgan investitsiyalash jarayonidan nomarkazlashgan investitsiya jarayoniga o‘tish, ustuvor investitsion loyihalarni qo‘llab quvvatlashga qaratilgan mexanizm, uslublar yig‘indisi hisoblanadi. Davlat investitsiya siyosatini amalga oshirishda ko‘proq ustuvorlik kichik biznes subyektlari, xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar tuzishga qaratiladi. Davlat investitsiya siyosati mavjud kamchiliklarni bartaraf etish, muammolarni tezkorlik bilan hal qilish va shu asosda investitsiya ishtirokchilarining erkin harakat qila olishlari uchun qulay iqtisodiy, investitsion muhit yaratishga qaratilgan.

Davlat investitsiya siyosatining ustuvor yo‘nalishlari deb quyidagilar hisoblanadi:

1. *Investitsiyalar, ularning harakatlanishi, investitsiya faoliyati ishtirokchilari munosabatlari, ularni tartibga solib turish bo‘yicha qulay huquqiy bazani yaratish, amaldagi qonunchilik-huquqiy bazasini takomillashtirish;*

2. *Iqtisodiy tub islohotlarni amalga oshirish, maqsadli investitsion siyosatni yuritish;*

3. *Investitsion jarayonni yaxshilash va barcha investitsion jarayon ishtirokchilarining faolligini oshirish, xorijiy investitsiyalarni jalb etish;*

4. *Davlat boshqaruv organlari, hukumat tashkilotlarining nazorat etish funksiyalarini yanada takomillashtirish.*

Investitsiya siyosati:

1. Dasturiy yondoshuv – asosiy baza sanoat tarmoqlarini modernizatsiyalash va rivojlantirish, o‘rta muddatli: (elektr energetikasi, neftgaz, kimyo, rangli metallurgiya, qora metallurgiya, qurilish materiallari sanoati, elektrotexnika, avtomobilsozlik, to‘qimachilik, farmatsevtika, charm-poyafzal sanoatlarini).

2. Kompleksli yondoshuv – qazib olish va qayta ishlash tarmoqlaridagi: (geologiya-qidiruv) xom ashyo bazasini kompleksli o‘zlashtirish hamda hududlarni kompleksli rivojlantirishni ta‘minlovchi loyihalarni rag‘batlantirish.

3. Rag‘batlantiruvchi yondoshuv – mamlakat tarmoqlarining ishlab chiqarish infratuzilmasi, xom ashyo resurslari bo‘yicha o‘rta muddatli rivojlanish strategiyasiga javob bera oladigan investitsiya loyihalariga turli imtiyozlar taqdim etish, shuningdek, keng soliq va bojxona

imtiyozlari hisobiga ishlab chiqarishni texnik va texnologik rag‘batlantirish.

4. Kam rivojlangan mintaqalar va ustuvor tarmoqlarda amalga oshiriladigan investitsiya loyihalarini «manzilni» rag‘batlantirish.

O‘zbekistonda Davlat investitsiya siyosati rivojlanishi quyidagi III bosqichni o‘z ichiga oladi.

1. **Bosqich:** 1991-1994-yillar; 2. **Bosqich:** 1995 – 2003-yillar; 3. **Bosqich:** 2003 y.- hozirgi davr.

1-bosqichda quyidagi chora-tadbirlar amalga oshirildi:

- turli mulkchilik shakllarini yaratish borasidagi investitsion jarayon nomarkazlashtirish tadbirlar amalga oshirila boshlandi;

- xususiy moliyalashtirish manbalariga ega bo‘lmagan ijtimoiy ahamiyat kasb etuvchi obyektlarni byudjetdan moliyalashtirish saqlab qolindi;

- xususiy mulkchilikni joriy etish tadbirlari olib borildi.

2-bosqichda quyidagi chora-tadbirlar amalga oshirildi:

- qonunchilik bazasi yaratildi;

- konkurs asosida loyihalarni moliyalashtirishga o‘tildi;

- xorijiy investitsiyalarni jalb etish chora-tadbirlari amalga oshirila boshlandi;

- iqtisodiyotning real sektoriga investitsiyalar kiritilishi kuchaytirildi;

- investitsion loyihalarni amalga oshirishda turli moliyalashtirish manbalari qo‘llanila boshlandi.

3-bosqichda quyidagi chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda va rejalashtirilgan:

- valuta munosabatlari va operatsiyalari liberalizatsiyalashtirilmoqda;

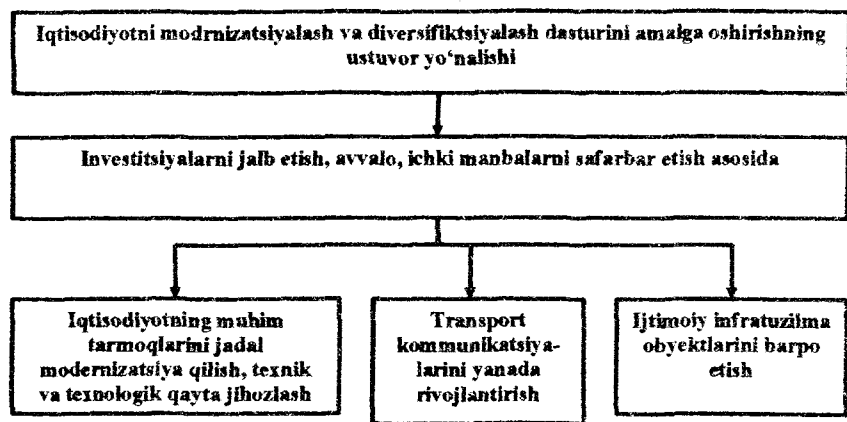
- xorijiy investorlarning huquqlarini himoya qilish va ular manfaatlarini himoyalash bo‘yicha muhim hujjatlar qabul qilinmoqda;

- korxonalarining texnik qurollantirilishi kuchaytirilmoqda;

- eksportga mo‘ljallangan va import o‘mini qoplovchi mahsulotlar ishlab chiqarishga ixtisoslashgan loyihalarni moliyalashtirishga ustuvorlik berilmoqda.

Xalqaro statistikada investitsiyalarni to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar turiga kiritish bo‘yicha har xil yondashuvlar mavjud. Xorijiy investorlar tomonidan nazorat qilish huquqini belgilovchi ko‘rsatkich sifatida ular ega bo‘lgan aksiyadorlik kapitalining hissasi ko‘rsatkichidan foydalaniladi.

Mamlakatimizda iqtisodiyotni modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash dasturini amalga oshirishda investitsiyalarni jalb etish, avvalo, ichki manbalarni safarbar etish hisobidan iqtisodiyotimizning muhim tarmoqlarini jadal modernizatsiya qilish, texnik va texnologik qayta jihozlash, transport kommunikatsiya yo'llarini yanada rivojlantirish va ijtimoiy infratuzilma obyektlarini barpo etish hal qiluvchi ustuvor yo'nalishga aylandi (15.1-chizma).



15.1-chizma. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash choralari dasturini amalga oshirishning ustuvor yo'nalishlari

Yuqorida ta'kidlanganidek, mamlakatimizda investitsiyalarni jalb etishda avvalo ichki manbalarni safarbar etishga ustuvor ahamiyat qaratilmoqda. Bu yangi ishlab chiqarishni tashkil etish yoki mavjud ishlab chiqarish quvvatlarini yanada kengaytirishda investorlarning o'z moliyaviy resurslari – korxonalar foydasi, amortizatsiya ajratmalari, pul jamg'armalari va boshqalardan kengroq foydalanish zarurligini anglatadi. Chunki, ichki manbalarning to'liq safarbar etilishi, bir tomondan, mavjud iqtisodiy resurslardan tejimli va oqilona foydalanishni ta'minlasa, boshqa tomondan, investitsiyalarning samaradorligini oshiradi.

Mamlakat miqyosidagi investitsiya faoliyatini samarali amalga oshirish maqsadida **investitsiya dasturi** ishlab chiqiladi.

Investitsiya dasturi – respublika iqtisodiyotini barqaror va tadrijiy rivojlantirishga erishishga, tabiiy, mineral xom ashyo, moliyaviy, moddiy va mehnat resurslaridan oqilona foydalanish yo'li bilan respublika ayrim tarmoqlari va mintaqalarini tarkibiy o'zgartirishning asosiy ustuvorliklarini va strategik vazifalarini amalga oshirishga yo'naltirilgan bir-biri bilan o'zaro bog'langan chora-tadbirlar kompleksi.

Investitsiya muhiti – investitsiyalar jozibadorligi hamda xavf-xatar darajasini belgilab beruvchi ijtimoiy-iqtisodiy, moliyaviy va siyosiy omillar majmumi.

Investorlar – xususiy va qarzga olingan mulkiy va intellektual qiymatlarni sarflash haqida qaror qabul qiluvchi investitsiya faoliyati subyektlari. Investorlar obyektlar va investitsiya natijalariga egalik qilish, foydalanish va tasarruf qilish huquqiga ega bo'ladi. Investorlar kreditorlar va haridorlar rolini bajarishlari, shuningdek investitsiya faoliyatining boshqa ishtirokchilari funksiyalarini bajarishlari mumkin. Odatda, investorlar kapital qo'yilmalar sarflanadigan sohalarni aniqlaydilar, kontrakt va shartnomalarning shartlarini ishlab chiqadilar va investitsiya aktining boshqa tomonlari bilan – kontraktor, hukumat organlari, pirovard mahsulot ishlab chiqaruvchilar va shu mahsulotning iste'molchilari bilan hisob-kitoblarni amalga oshiradilar.

texnik modernizatsiyalash bo'yicha **tarmoq dasturlari** ham ishlab chiqilib, ularda iqtisodiyotimizning yetakchi tarmoqlarini texnik va texnologik jihatdan qayta jihozlash, ishlab chiqarishning zamonaviy andozalariga o'tish, tejamkor va samarali texnologiyalarni qo'llash kabi chora-tadbirlarni amalga oshirish ko'zda tutiladi.

15.3. Investitsiya manbalari va ulardan foydalanishning asosiy yo'nalishlari

Korxonalar nuqtayi nazaridan investitsiya manbalari – ularning o'z mablag'lari (foyda, amortizatsiya, boshqa pul jamg'armalari); qarzga olingan mablag'lar (bank krediti va boshqa tashkilotlarning omonatlari); boshqa jalb qilingan mablag'lar (aksiya va boshqa qimmatbaho

qog'ozlarni sotishdan kelgan daromadlar); byudjet va byudjetdan tashqi mablag'larni tashkil qiladi.

Investitsion loyihalar turli maqsadlarda tuziladi va amalga oshiriladi, ularni to'rt guruhga ajratish mumkin:

1. Yangi ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishni tashkil etish;
2. Ishlab chiqarishni yoki xizmat ko'rsatishini kengaytirish;
3. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirish;
4. Davlat tashkilotlari talabini qondirish, ularni mahsulot va xizmatlar bilan ta'minlash.

Rejalashtirish va boshqaruv tizimida, shuningdek, investitsiya manbalarini aniqlashning ichki va tashqi turlaridan ham foydalaniladi.

Investitsiyalarning *ichki manaballari* quyidagilar:

- ishlab turgan asosiy kapitalga hisoblanuvchi amortizatsiya ajratmalari natijasida shakllanuvchi, korxonaning o'z moliyaviy vositalari;
- foydaning investitsiya ehtiyojlariga ajratiluvchi qismi;
- sug'urta kompaniyalari va muassasalari tomonidan tabiiy ofat va boshqa hodisalarda to'lanuvchi mablag'lar;

• korxonaning aksiyalar chiqarishi va sotishi natijasida olinuvchi mablag'lar;

• yuqori turuvchi va boshqa organlar tomonidan qaytarib bermaslik asosida ajratiluvchi mablag'lar;

- xayriya va shu kabi boshqa mablag'lar.

Investitsiyalarning *tashqi manballari* quyidagilar:

• markaziy va mahalliy byudjetdan, tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlovchi turli xil fondlar tomonidan ajratiluvchi qaytarib bermaslik asosidagi mablag'lar;

• korxonalar nizom jamg'armasida moliyaviy yoki boshqa moddiy va nomoddiy ishtirok shaklida, shuningdek, xalqaro moliya institutlari va alohida shaxslarning to'g'ridan-to'g'ri qo'yilmalari shaklida kiritiluvchi xorijiy investitsiyalar;

• davlat va turli xil fondlar tomonidan qaytarib berish sharti bilan beriluvchi kreditlar, jumladan imtiyozli kreditlar.

Investitsiya manbalarini shakllantirishda moliya bozori va uning infratuzilmasi muhim ahamiyatga ega. Moliya bozorining asosiy maqsadi muomaladagi ortiqcha bo'lgan pul resurslarini aktiv kapital sifatida ishlab chiqarishga jalb qilishdan iborat.

Moliya bozori juda keng ma'nodagi tushuncha bo'lib, u doimo paydo bo'ladigan jamg'armalardan samarali foydalanish jarayonini o'zida ifodalaydi.

Moliya bozori hayotda vujudga kelgan jamg'armalarni (oilada, korxonada) bir turdan (jamg'armalanishi) ikkinchi turga (real kapitalga aylanishi) o'tishni ta'minlovchi mexanizmdir.

Hozirgi zamon moliya bozorining asosini moliya muassasalari va vositachilar tashkil qiladi. Ular sotuvchilar va xaridorlar hamda sotiladigan va sotib olinadigan tovar, pul va boshqa moliya aktivlari mavjud bo'lgan bozordir.

Investitsiyalarni obyektlarga qo'yish sohalariga qarab quyidagilarga ajratish mumkin:

- kam qo'llaniladigan investitsion mablag'lar, ya'ni qo'riq (bo'sh yotgan) yerlarni o'zlashtirish, mehnat resurslaridan vaqtincha foydalanish (mutaxassislar va rahbarlardan) va h.k.;

- ma'lum hajmda talab qilinadigan investitsiya mablag'lari;

- rejalashtirilgan investitsiyadan olinadigan daromadga ta'sir etuvchi boshqa investitsion sharoitlar, ya'ni rejalashtirilgan asosiy investitsiya mablag'lariga qo'shimcha investitsiya mablag'larini jalb etish yo'li bilan investitsiyadan keladigan foydani oshirish;

- faoliyatga qo'yilgan shakliga qarab, investitsiya o'z harakatida daromadlarni oshirish yoki kamaytirish, xavf-xatarni kamaytirish, mehnat jamoasining manfaatdorligini oshirish, ish sharoitini yaxshilash, ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni muvofiqlashtirishga yo'naltirilishini ta'minlash zarur;

- qo'shimcha investitsiyalar xarajatlarni kamaytirish, samaradorlikni oshirish, mahsulot ishlab chiqishni va sotishni oshirish, qo'shimcha daromad olishni ta'minlashga yo'naltirilishi kerak;

- ma'lum ishlab chiqarishga yo'naltirilgan investitsiyalar tarkibi ishlab chiqarishning ixtisoslashuviga qarab taqsimlanishi darkor;

- investitsiyalar resurslarni tejash, yangi mahsulot ishlab chiqish, korxonada imidjini oshirish, tabiatni muhofaza qilish va hokazolarni ta'minlashi ham zarur.

Investitsion maqsadlarga yo'naltiriluvchi mablag'lar tanqisligi sharoitida lizing investitsion faoliyatni faollashtiruvchi muhim vosita bo'lib xizmat qiladi.

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

Investitsiyalardan (kapital qo‘yilmalardan) foydalanishning asosiy yo‘nalishlari quyidagilar hisoblanadi:

- yangi qurilish;
- korxonani kengaytirish va qayta tiklash;
- ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish va texnik jihatdan qayta qurollantirish;
- harakatdagi quvvatlarni takomillashtirish.

Yangi qurilishga yangi maydonlarda maxsus ishlab chiqilgan loyihalar asosida quriluvchi korxonalar, bino, inshoot va qurilmalar mansubdir.

Faoliyat yuritayotgan **korxonani kengaytirish** qo‘shimcha ishlab chiqarish majmualarining navbatdagi qismlarini yangi loyiha asosida qurish yoki asosiy, qo‘shimcha, yordamchi va xizmat ko‘rsatuvchi ishlab chiqarishning amaldagi sexlarini kengaytirish yoki qurishni anglatadi. U asosan, faoliyat yuritayotgan korxonalar hududida yoki unga tutash maydonlarda amalga oshiriladi.

Qayta tiklash – bu, faoliyat yuritayotgan korxonani ma‘naviy va jismoniy eskirgan qurilma va asbob-uskunalarini ishlab chiqarishni mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish, texnologik bo‘g‘inlar va yordamchi xizmatdagi nomutanosibliklarni yo‘qotish yo‘li bilan almashtirish yordamida to‘liq yoki qisman o‘zgartirishni anglatadi. Qayta tiklashda eski sexlar o‘rniga yangi sexlarni qurishga ruxsat beriladi.

Texnik qayta qurollantirish alohida ishlab chiqarish turlarini zamonaviy talablarga asosan yangi texnika va texnologiyalarni kiritish, ishlab chiqarish jarayonlarini mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish, eskirgan qurilma va uskunalarini yangilash va almashtirish, ishlab chiqarish tuzilmasi va tashkil etilishini yaxshilash yo‘li bilan, korxonaning texnik darajasini oshirish bo‘yicha chora-tadbirlar majmuasidir. U

ishlab chiqarish intensivligini kuchaytirish, ishlab chiqarish quvvatlarini oshirish va ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar sifatini yaxshilashga yo‘naltirilgan.

Moliyaviy resurslar va er tanqisligi sharoitlarida, ikkinchi tomondan esa, mavjud ishlab chiqarish quvvatlaridan unumliroq foydalanish uchun yangi qurilishni nisbatan cheklangan holatda, asosan juda zarur hollardagina amalga oshiriladi. Shu sababli bugungi kunda investitsiyalarning eng ko‘p tarqalgan yo‘nalishlari sifatida, umuman olganda yangi turdagi mahsulot ishlab chiqarishni ham ko‘zda tutuvchi mavjud ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta tiklash va texnik jihatdan qayta qurollantirishni ko‘rsatish mumkin.

Yangi qurilish hamda mavjud ishlab chiqarishni kengaytirish va qayta tiklashga yo‘naltiriluvchi kapital qo‘yilmalar asosan quyidagi elementlardan iborat bo‘ladi:

- * qurilish-montaj ishlari xarajatlari;
- * mashina va uskunalar sotib olishga sarflanuvchi xarajatlar;
- * loyiha-qidiruv va boshqa ilmiy ishlanmalarga sarflanuvchi xarajatlar.

Investitsiyalarning takror ishlab chiqarish tuzilmasi yangi qurilish hamda mavjud ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta tiklash va texnik jihatdan qayta qurollantirishga sarflanuvchi xarajatlari o‘rtasidagi o‘zaro nisbatni ifodalaydi.

15.4. Investitsiya faoliyatini amalga oshirish va mo‘ljallangan obyektga ko‘ra investitsiyalarning turlari

Investitsiya faoliyatini tashkil etishda har bir mulk egasi ishbilarmonlik, tadbirkorlik mohiyatini chuqur anglagan holda ish yuritishi lozim. Investitsiya faoliyati bilan shug‘ullanuvchi mulk egasi tez o‘zgaruvchan bozor iqtisodiyoti va uning ko‘p qirrali munosabatlarini har tomonlama anglay bilishi lozim. Investitsiya faoliyatini yuritishda iqtisodiy axborotga tanlangan soha bir butun iqtisodiyot va mamlakat miqyosida marketing bilimlariga ega bo‘lishi alohida ahamiyatga ega. Chunki barqarorlashmagan iqtisodiyotda investor pul muomalasi, moliya kredit va banklar, soliq siyosati mohiyatini chuqur bilmay turib, investitsiya faoliyatini tashkil etish tavakkalchilik bilan bog‘liq bo‘lib, qisqa davr ichidagi inqirozga uchrashi mumkin.

Investitsiya faoliyatini **chet davlatlar yoki bu davlatlarning quyidagi hududiy organlari amalga oshiradilar:**

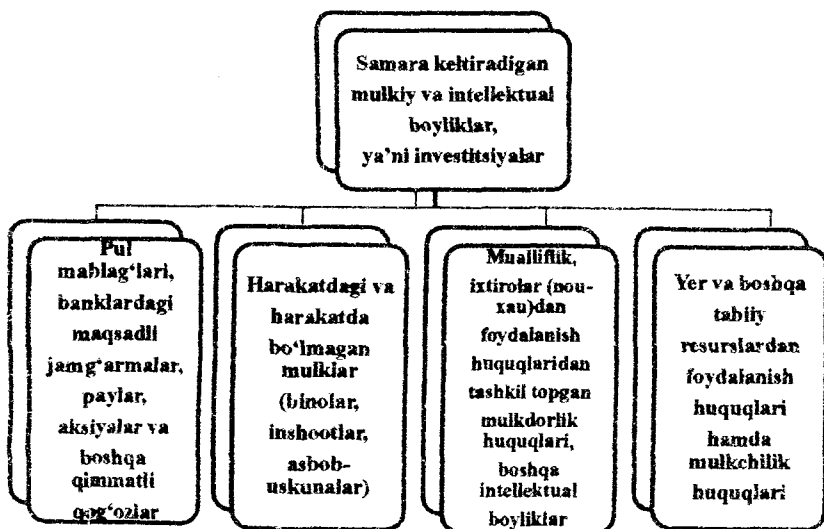
- davlatlararo bitimlar yoki boshqa shartnomalarga muvofiq tashkil topgan yoki xalqaro ommaviy huquq subyektlari bo'lgan xalqaro tashkilotlar;

- chet davlatlarning qonun hujjatlariga muvofiq tashkil topgan va faoliyat ko'rsatib kelayotgan yuridik shaxslar, shirkatlar, uyushma va tashkilotlar;

- chet el fuqarolari bo'lmish jismoniy shaxslar va boshqalar.

Samara yoki daromad keltiradigan mulkiy va intellektual boyliklar, ya'ni investitsiya resurslari jumlasiga quyidagilar kiradi (15.2-chizma):

- pul mablag'lari (shu jumladan chet el valutasini) va boshqa moliyaviy mablag'lar, shu jumladan kreditlar, paylar, ulushlar, aksiyalar va boshqa qimmatli qog'ozlar;



15.2-chizma. Mulkiy va intellektual boyliklar

- ko'char va ko'chmas mol-mulk (binolar, inshootlar, uskunalar, mashinalar va boshqa moddiy qimmatliklar) hamda ularga bo'lgan huquqlar;

- intellektual mulk obyektlari, shu jumladan u yoki bu turdagi ishlab chiqarish turini tashkil etish uchun zarur bo'lgan, texnik hujjatlar, ko'nikmalar va ishlab chiqarish tajribasi tarzida chizmaiyashtirilgan, patentlangan yoki patentlanmagan (nou-xau) texnik, texnologik, tijoratga oid va boshqa bilimlar;

- yer uchastkalariga va boshqa tabiiy resurslarga egalik qilish hamda ulardan foydalanish huquqi;

- shuningdek, mulk huquqlaridan kelib chiquvchi boshqa ashyoviy huquqlar.

Investitsiyalarning qayd etilgan turlari va shakllari asosida tadbirkorlik, ishbilarmonlik va boshqa davlat tomonidan ta'qiqlanmagan faoliyatlarni barcha investorlar tomonidan amaliy ravishda yo'lga qo'yish, mablag'lar sarflash va ularni amaliyotga tadbiriq etish chora tadbirlarining yig'indisi investitsiya faoliyatini anglatadi.

Investitsiya faoliyatini muvofiqlashtirishning muhim yo'nalishida qulay sharoitlar yaratishga qaratilgan. Avvalambor, ijtimoiy rivojlantirish, ishlab chiqarishni texnik jihatdan takomillashtirish, yangilik va ixtirolarni tadbiriq etish asosida ijtimoiy talablarni qondirishga qaratilgan. Bu borada muvofiqlashtirishni tashkil etish investitsiya faoliyatini sharoitlarini aniqlash yo'li bilan hamda davlat investitsiyalarini boshqarish bilan birga olib boriladi. Davlat tomonidan investitsiya faoliyati sharoitlarini muvofiqlashtirish bir qator tadbiriq va choralarni qo'llash va hayotga tadbiriq etish negizida amalga oshirilishi ko'zda tutiladi.

Investitsiyalar mo'ljallangan obyektiga ko'ra kapital, innovatsiya va ijtimoiy investitsiyalarga bo'linadi.

Kapital investitsiyalar jumlasiga asosiy fondlarni vujudga keltirish va takror ishlab chiqarishga, shuningdek moddiy ishlab chiqarishning boshqa shakllarini rivojlantirishga qo'shiladigan investitsiyalar kiradi.

Innovatsiya investitsiyalari jumlasiga texnika va texnologiyalarning yangi avlodini ishlab chiqish va o'zlashtirishga qo'shiladigan investitsiyalar kiradi.

Ijtimoiy investitsiyalar jumlasiga inson salohiyatini, malakasi va ishlab chiqarish tajribasini oshirishga, shuningdek, nomoddiy ne'matlarining boshqa shakllarini rivojlantirishga qo'shiladigan investitsiyalar kiradi.

Asosiy fondlar va aylanma mablag'larga investorlar tomonidan qo'yiladigan barcha turdagi boyliklar real investitsiya deb tushuniladi.

Real investitsiyalar orqali ishlab chiqarish korxonalari quriladi, harakatdagi korxonalar texnik qayta qurollantiriladi va umuman asosiy fondlar takror ishlab chiqariladi.

Moliyaviy investitsiyalar – bu foyda keltiradigan qimmatli qog'ozlar va moliyaviy vositalarga investitsiyalar. Vositalar deganda biz investitsiya loyihalarini, PAMM hisob raqamlarini, bank depozitlarini tushunamiz. Qimmatli qog'ozlar odatda to'g'ridan-to'g'ri qimmatli qog'ozlar (aksiyalar, obligatsiyalar, veksellar) va hosilalar (fyucherslar, opsiyonlar va boshqalar) deb tushuniladi.

Investor portfeli (moliyaviy) investitsiyani amalga oshirish orqali qimmatli qog'ozlaridan (aksiya, obligatsiyalar) daromad (dividend) olib, o'z moliyaviy kapitalini o'sishiga erishadi.

Mulki davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish jarayonining rivojlanib borishi bilan qimmatli qog'ozlar bozori taraqqiy etib, moliyaviy investitsiyalar qo'yish jarayoni faollashadi. Shuningdek, mulkni xususiylashtirish va moliyaviy bozorning rivojlanishi respublikamizga chet el investitsiyalarning katta hajmda kirib kelishiga imkoniyat yaratadi.

Intellektual investitsiyalarga mutaxassislarni tayyorlash, tajriba, ilmiy tekshirish, litsenziya va nou-xau berish, avtorlik huquqi va boshqalar kiradi.

Shved iqtisodchi olimi K.Eklund investitsiya tushunchasi tarkibiga ta'lim va ilmiy tekshirishdagi xarajatlarni ham qo'shish kerak, degan fikrni ilgari surib, u intellektual investitsiyalar ahamiyatini yuqori baholaydi. Umuman olganda ishlab chiqarishda fan va texnikaning ta'siri kuchayib borishi bilan intellektual investitsiyaning ahamiyati yanada oshib boradi.

Mamlakatimizdagi iqtisodiyotni rivojlantirish va investitsiyalarni faol jalb etish sohasidagi asosiy e'tibor – bu makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, sog'lom raqobat uchun zarur sharoitlarni yaratish, ishbilarmonlik va investitsiya muhitini tubdan yaxshilash, iqtisodiyotda davlat ishtirikoni jiddiy ravishda kamaytirish, yuqori iqtisodiy o'sish sur'atlarini saqlab qolish, «xufyona» iqtisodiyotga qarshi kurashish va uning ulushini keskin qisqartirish, valuta siyosatini erkinlashtirishni davom ettirishga qaratilayotganligi, albatta, kelajakda yurtimiz yanada yuksalishiga zamin yaratib berishi shubhasizdir.

Asosiy atamalar va tushunchalar

Investitsiya. Qimmatbaho qog'oz. Investor. Intellektual mulk. Kapital qo'yilmalar. Moliyaviy investitsiyalar. Real investitsiyalar. Ilg'or tajribalar. Moliyaviy xatar. Sarmoya. Yuksak malakali mutaxassis. Aktiv va passiv moddalar. Investitsiya portfeli. Ijtimoiy va ekologik ehtiyojlar uchun investitsiyalar. Transkontinental investitsiya. Transmilliy kapital quyilmalar. Investitsiya loyihasi. Aksiya. Nominal investitsiya. Xorijiy investitsiyalar. Memorandum. Investitsiyalarning ichki manabarlari. Moliya bozori. Innovatsiya investitsiyalari. Investitsiya resurslari.

Mavzu bo'yicha savollar:

1. Investitsiya qaysi tillardan olingan so'z va uning tushunchasi qanday talqin qilinadi?
2. Investor iborasi ma'nosini yoritib bering.
3. Qimmatbaho qog'oz deganda nima tushunilishi mumkin?
4. Intellektual mulk bu qanaqa mulk?
5. Kapital qo'yilmalar deganda nima tushunilishi lozim?
6. Moliyaviy investitsiyalar ifodalanishini so'zlab bering.
7. Real investitsiyalar pul mablag'larini qanday maqsad uchun kiritiladi va ular korxonaga, tarmoq va butun xalq xo'jaligining nimasini belgilab beradi?
8. Ilg'or tajribalar deganda nimalarni tushimiz darkor?
9. Moliyaviy xatar to'g'risida ma'lumot bering.
10. Sarmoya iborasi nimani anglatadi?
11. Iqtisodiy nuqtayi nazardan investitsiya qanday mablag'larni jang'arishni anglatadi?
12. Moliyaviy nuqtayi nazardan moliyaviy resurslarni qanaqa maqsadda to'plashni nazarda tutadi?
13. Buxgalteriya hisobi nuqtayi nazardan hisobotning aktiv va passivining bir necha moddalariga ishlatilgan kapital xarajatlarni nimasini ifodalaydi?
14. Yuksak malakali mutaxassis – bu ... jumlaning to'ldiring.
15. Aktiv va passiv moddalar qanday mohiyatga ega?
16. Investitsiya portfeli to'g'risida axborot bering.

17. Ijtimoiy va ekologik ehtiyojlar uchun investitsiyalar bo'yicha tushunchangizni keltirib o'tsangiz.

18. Portfel investitsiyalar litsenzion va franchayzing kelishuvlari, marketing xizmati haqidagi kontraktlar asosida tashkil qilinsa, unda qanaqa huquq vujudga kelishi mumkin?

19. Tavakkalchilik darajasi bo'yicha investitsiyalar turkumlanishi-ning qanday jihatlari bor?

20. Transkontinental investitsiya – bu qayerda kiritilishi nazarda tutilgan sarmoya?

21. Transmilliy kapital qo'yilmalar – bu qayerga kapital chiqarish degani?

22. Investitsiya loyihasi tushunchasini izohlab bering.

23. Investitsiya amalga oshirilishining qanday ko'rinishlari mavjud?

24. Nominal investitsiya deb nimaga asosan aytishimiz mumkin?

25. Kelib chiqish hududi bo'yicha investitsiyalar misolin keltiring.

26. Memorandum bu nimaning turi hisoblanadi va u nimani ko'zlaydi?

27. Investitsiyalarning ichki manabalari nima evaziga shakllanilishi mumkin?

28. Moliya bozoriga qanaqa izoh bera olasiz?

29. Innovatsiya investitsiyalari bo'yicha tushuncha bering.

30. Investitsiya resurslari jumlasiga nimalar kiradi?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. –Т.: «Ўзбекистон», 2014. – 40 б.

2. Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодекси (Ўзбекистон Республикасининг «Ўзбекистон Республикасининг Солиқ кодексини тасдиқлаш тўғрисида»ги

2007 йил 25 декабрдаги 136-сон қонуни билан тасдиқланган, кейинчалик янги тахрида қабул қилинганлиги).

3. 2019 йил 25 декабрь, ЎРҚ-598-сон «**ИНВЕСТИЦИЯЛАР ВА ИНВЕСТИЦИЯ ФАОЛИЯТИ ТЎҒРИСИДА**» ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИНING ҚОНУНИ, Қонунчилик палатаси томонидан 2019 йил 9 декабрда қабул қилинган, Сенат томонидан 2019 йил 14 декабрда маъқулланган.

4. 2003 йил 24 апрель, 474-II-сон «**БАНКРОТЛИК ТЎҒРИСИДА**» Ўзбекистон Республикасининг қонуни (янги тахрири).

5. 2002 йил 5 апрель, Ўзбекистон Республикасининг «**СУҒУРТА ФАОЛИЯТИ ТЎҒРИСИДА**» Қонуни.

6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 -yil 20-noyabrdagi PQ-4525-son «Mamlakatda biznes muhitini yanada yaxshilash va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi Qarori.

7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 24-oktyabrdagi PQ-4498-sonli «Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish davlat dasturlari doirasida amalga oshirilayotgan loyihalarni kreditlash tartibini takomillashtirishning qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi Qarori.

8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-oktyabrdagi 848-sonli «O‘zbekiston Respublikasi Bosh vazirining tadbirkorlar murojaatlarini ko‘rib chiqish qabulxonalari huzurida tadbirkorlarning jamoatchilik kengashlarini tashkil etish to‘g‘risida»gi Qarori.

9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 13-avgust PF-5780-sonli «Xususiy mulkni himoya qilish va mulkdorlar huquqlarining kafolatlarini kuchaytirish, tadbirkorlik tashabbuslarini qo‘llab-quvvatlash borasidagi ishlarni tashkil qilish tizimini tubdan takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar, shuningdek, tadbirkorlik

subyektlarining moliyaviy resurslar va ishlab chiqarish infratuzilmasidan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish to'g'risida»gi Farmoni.

10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-fevral PQ-4160-sonli «Жаҳон банки ва Халқаро молия корпорациясининг «Бизнес юритиш» йиллик ҳисоботида Ўзбекистон Республикасининг рейтингини яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида» gi Qarori.

11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 17 yanvar PF - 5635-sonly «2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Фаол инвестициялар ва ижтимоий ривожланиш йили»да амалга оширишга оид Давлат дастури тўғрисида» gi Farmoni.

12. Постановление Президента Республики Узбекистан от 5 мая 2018 г.

№ ПП-3697 «О ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ МЕРАХ ПО СОЗДАНИЮ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ АКТИВНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ».

13. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси (24.01.2020): <https://president.uz/uz/lists/view/3324>

14. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 11 сентябрь 721-сонли «ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТНИ ЯНАДА ҚЎЛЛАБ-ҚУВВАТЛАШ ЧОРА-ТАДБИРЛАРИ ТЎҒРИСИДА»ги Қарори.

15. Каримов И.А. 2015 йилда иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш – устувор вазирамиздир. – Т.: «Ўзбекистон», 2015.

16. Ўзбекистон Республикаси Марказий банки Бошқарувининг ТИЖОРАТ БАНКЛАРИНИНГ БАНК ТАВАККАЛЧИЛИКЛАРИНИ БОШҚАРИШИГА НИСБАТАН ҚЎЙИЛАДИГАН ТАЛАБЛАР ТЎҒРИСИДАГИ НИЗОМНИ ТАСДИКЛАШ ҲАҚИДАИ Қарори. Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги томонидан 2011 йил 25 майда рўйхатдан ўтказилди, рўйхат рақами 2229.

17. Mamatov B.S. Xo'jamqulov D.Yu., Nurbekov O.Sh. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. Darslik. Toshkent moliya instituti. – T.: IQTISODMOLIYA, 2014. – 608b.

18. Vahobov A.V., Malikov T.S. Moliya. Darslik. – Toshkent: Noshir, 2012. – 712 b.

19. Yuldashev A. vaboshq. Moliyaviy menejment. O'quv qo'llanma. – T.: «Vorix», 2013. – 272 b.

20. Алешин В.А., Зотова А.И. Финансы. - Ростов н/ Д: Феникс, 2009 г. – 346 стр.

21. Алимов И.И. Молия. Ўқув қўлланма. Тошкент, 2007. - 108 с.

22. Барулин С.В. Финансы. – М.: КНОРУС, 2011 г. – 640 стр.

23. Бочаров В.В. Инвестиции: Учебник для вузов. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2008.- 384с. Ил. - (Серия — Учебник для вузов!).

24. Вахобов А., Хожибакиев Ш., Мўминов Н. —Хорижий инвестициялар Ўқув қўлланма. - Т.: «Молия», 2010. -328 б.

25. Вахобов Д., Ражабов Ш. Молия. - Т., ТМИ, 2009. -200 б.

26. Игошин Н.В. Инвестиции. Организация, управление и финансирование: Учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 360 с.

27. Инвестиции: Учебник / С.В.Валдайцев, П.П.Воробьев и др. Под ред. В.В.Ковалева, В.В.Иванова, В.А.Лялина – М.: ТК Велби, Проспект, 2007. – 584 с.

28. Д.С.Косимова. «Расширение поддержки малого бизнеса при цифровизации экономики». «Рақамли иқтисодиёт: янги Ўзбекистонни янги технологиялар, платформалар ва бизнес моделлари орқали ривожлантиришнинг янги босқичи» (DEUZ) мавзусида халқаро илмий- амалий конференция. Т., 2020 йил 26 февраль/ 84 – 88-бетлар.

29. B.Mullaboyev. Improving Human Resource Management in the Oil and Fat Industry Based on Structural Changes. International Journal of Advance and Innovative Research.(Impact factor 7.36)/Volume08,Isshue 02, January 2019, p.41-46.

30. Д.С.Косимова. Саноат корхоналарида махсулот рақобатбардошлигини оширишнинг йўналишлари. Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнал.№2.2019. март-апрель.

31. Д.С.Косимова, С.Гульманов. Стратегическая эффективность управления потенциалом регионального агропромышленного

комплекса // Региональная экономика: теория и практика. – 2020. – Т. 18, № 5. – С. 951 – 965. <https://doi.org/10.24891/re.18.5.951> <http://finizdat.ru/journal/region/>

32. Д.С.Косимова. Эффективность управления потенциалом регионального агропромышленного комплекса. «Минтакалар экспорт салоҳиятини оширишда инвестиция дастурларидан самарали фойдаланиш истикболлари» мавзусида республика илмий-амалий анжуманини. Т., ТДИУ. 2020 йил 20 октябрь.

33. Д.С.Косимова. «Инновационные преимущества в развитие малых предприятия». Ўзбекистон иқтисодий ва инновацион ривожлантириш муаммолари. T.LESSON PRESS. 2018. ТДИУ хузуридаги илмий тадқиқот маркази. 38 – 42-бетлар. Илмий мақолалар тўплами.

34. D.S.Kosimova. Improving Human Resource Management in the Oil and Fat Industry Based on Structural Changes. International Journal of Advance and Innovative Research.(Impact factor 7.36)/Volume08,Isshue 02, January 2019, p.41-46.

35. Д.С.Қосимова. Саноат корхоналарида маҳсулот рақобатбардошлигини оширишнинг йўналишлари. Иқтисодий ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнал.№2.2019. март-апрель.

36. Қосимова Д.С. «Менежмент назарияси». Дарслик.и Т.: Tafakkur bo‘stoni. 2011. - 336 б.

37. Qosimova D.S. Menejment va marketing asoslari. Darslik. – Т.:ТДИУ, 2014. – 224 бет.

36. Каюмов Р.И. Организация и финансирования инвестиций. Учебник. – Т.: «Фан ва технология», 2012. – 367 с.

37. Ковалева В.В. Финансы организаций (предприятий). Учебник. – М.: Проспект, 2010 г. – 352 стр.

38. Ковалева В.В. Финансы. Учебник. М.: изд. Проспект, 2008 г. - 640 стр.

39. Корпоративные финансы. Учебник для ВУЗов. Под ред. Бочарова В.В. – М.: ФБК-ПРЕСС, 2004.

40. Лукасевич И. Я. Инвестиции. Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 413 с. 247.

41. Носиров Э.И., Маматов Б.С., Шоисломова Н.К., Шарифходжаева К.У. Инвестиция рискларини бошқариш. Ўқув қўлланма. – Т.: «Фан ва технология», 2011. – 148 б.

42. Раҳимов М.Ю. Иқтисодиёт субъектлари молиявий ҳолатининг таҳлили. Ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисод-молия, 2013. – 392-б.
43. Юлдашев З.Ю., Маликов Т.С. Молия: Уй хўжаликлари молияси. Ўқув қўлланма. - Т.: Iqtisod-moliya, 2008 й. - 112 б.
- 44 V.Yu. Burov. Osnovy predprinimatelstva, 2013 (108-143 betlar).
45. S.N.Usmonov, Y.T. Dadaboyev, A.X. Xudoyberdiyev «Tadbirkorlik asoslari». «Farg‘ona», 2000.
46. S.S.G‘ulomov. «Tadbirkorlik va kichik biznes». Т.: «Sharq», 2002.
47. Интернет сайтлари:
- www.president.uz – Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси расмий сайти.
 - www.stat.uz – Ўзбекистон Республикаси Статистика қўмитаси сайти.
 - www.lex.uz – Ўзбекистон Республикаси қонунчилиги портали.
 - www.mf.uz – Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги сайти.
 - www.gov.uz – Ўзбекистон Республикаси Ҳукумати сайти.
 - www.uz.bussines.unitech.uz – Бизнес инновациялари портали.
 - www.omad.uz – Бизнес ривожини учун ахборот портали.
 - www.ziyounet.uz – Билимлар сайти.

MUNDARIJA

KIRISH	3
1. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING MOHIYATI VA MAZMUNI	
1.1. Biznes tushunchasining mohiyati. Biznes konsepsiyalari.....	4
1.2. Tadbirkorlik nazariyasi va tadbirkorlik amaliyotini ilmiy anglash jarayonining rivojlanishi.....	11
1.3. Tadbirkorlik hodisa va jarayon sifatida. Tadbirkorlikning funksiyalari va tamoyillari.....	20
1.4. Tadbirkorlik va iqtisodiy erkinlik.....	27
Mavzu bo'yicha savollar.....	33
2. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TURLARI VA SHAKLLARI	
2.1. Biznes tasnifi.....	34
2.2. Tadbirkorlik faoliyatining turlari.....	36
2.3. Innovatsion tadbirkorlik.....	44
Mavzu bo'yicha savollar.....	53
3. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH	
3.1. Biznesni tashkil etish – tadbirkorlik tuzilmasi.....	54
3.2. Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi.....	63
3.4. Tadbirkorlik tuzilmasini tashkil qilish imkoniyatlari.....	66
3.5. Tadbirkorlik faoliyatini litsenziyalash.....	68
Mavzu bo'yicha savollar.....	78
4. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH	
4.1. Boshqarishning marketing usuli.....	80
4.2. Innovatsion marketing jarayonlari.....	82
4.3. Innovatsiyaning brend va narx strategiyasi.....	84
Mavzu bo'yicha test savollari.....	89

5. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH

5.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vaziflari.....	90
5.2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda biznes rejaning ahamiyati.....	101
5.3. Biznes rejaning asosiy bo'limlari va ularning tavsiflari.....	104
5.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishdagi tahlil.....	112
Mavzu bo'yicha savollar.....	122

6. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIGA XIZMAT KO'RSATUVCHI BOZOR INFRATUZILMALARI

6.1. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmasi turlari.....	123
6.2. Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli.....	125
6.3. Kichik biznes va tadbirkorlikni kredit bilan ta'minlash shakllari.....	127
6.4. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarida audit va auditorlik taftishini o'tkazish.....	128
6.5. «Axborot», «boshqaruv axboroti» tushunchasi, tashkilotning axborot salohiyati.....	129
6.6. Tashkilotning axborot tizimi, axborot bilan ishlash texnik vositalari.....	131
6.7. Kommunikatsiyaning mohiyati va elementlari, kommunikatsiya bosqichlari.....	132
6.8. Kommunikatsiya turlari va uzatilayotgan axborot oldidagi to'siqlar.....	134
Mavzu bo'yicha savollar.....	135

7. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARI VA MAHSULOT TANNARXI TAHLILI

7.1. Xarajatlar to'g'risida umumiy tushunchalar.....	137
7.2. Ishlab chiqarish xarajatlari tarkibi.....	139

7.3. Doimiy va o'zgaruvchan xarajat turlari.....	142
7.4. Xarajatlarning o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillar.....	145
7.5. Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishning asosiy yo'nalishlari.....	146
7.6. Mahsulot tannarxiga kiritiladigan va kirmaydigan xarajatlar....	147
7.7. Mahsulot tannarxini hisoblash usuli va uni pasaytirish yo'llari.....	149
Mavzu bo'yicha savollar.....	151

8. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING MOLIVAVIY FAOLIYATI TAHLILI

8.1. Moliyaviy tahlilning asosiy talablari va manbalari.....	153
8.2. Kichik biznes va tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko'rsatkichlar.....	160
8.3. O'zbekiston Respublikasida moliyaviy tahlil uslubining ishlab chiqilishi.....	163
8.4. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy mustahkamligi hamda ular faoliyatining moliyaviy natijalari tahlili.....	170
8.5. Korxonalar rentabelligi tahlili.....	186
Mavzu bo'yicha savollar.....	213

9. TADBIRKORLIK ETIKASI VA MADANIYATI, ISHBILARMONLIK MULOQOTI ASOSLARI

9.1. Korxonada madaniyatini shakllantirish.....	215
9.2. Tadbirkorlik etikasi va odob-axloq qoidalari.....	218
9.3. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish.....	223
9.4. Xizmat yuzasidan munosabatlar.....	225
Mavzu bo'yicha savollar.....	229

10. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING EKSPORT SALOHIYATINI BAHOLASH

10.1. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati va eksportyor korxonalarining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi.....	230
--	-----

10.2. Kichik biznes va tadbirkorlikning eksport salohiyati.....	231
10.3. O'zbekistonning eksport bo'yicha ko'rsatkichlari.....	232
10.4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyati uchun yaratilgan imkoniyatlar.....	234
10.5. O'zbekiston Respublikasining tashqi savdo aylanmasi.....	236
10.6. Eksportning tovar va geografik tarkibini takomillashtirish..	238
Mavzu bo'yicha savollar.....	239

11. TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA ISHLAB CHIQRISHNI KLASTER USULIDA TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

11.1. Ishlab chiqarish klasterlari samaradorligini nazariy-uslubiy asoslari.....	241
11.2. Ishlab chiqarishni klaster asosida boshqarishni tashkil etishning xorijiy tajribasi.....	244
11.3. O'zbekiston yengil sanoatida ishlab chiqarishni tashkil etish klasteri samaradorligi.....	246
Mavzu bo'yicha savollar.....	253

12. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI SHAKILLANTIRISH

12.1. Innovatsion faoliyat, uning iqtisodiy mazmuni va mohiyati..	255
12.2. Innovatsion tadbirkorlik haqida tushuncha va uning bosqichlari.....	260
12.3. Kichik biznes korxonalarini innovatsion faoliyatining asosiy xususiyatlari.....	264
12.4. Kichik biznesning innovatsion faoliyatini qo'llab-quvvatlash jarayonlari yo'nalishlari.....	265
12.5. O'zbekistonda innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirish yo'nalishlari.....	268
12.6. Kichik korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati ustunliklari.....	269
Mavzu bo'yicha savollar.....	272

