

Э. САРИҚОВ, М. МАМАТОВ

ИҚТИСОДИЁТ ВА БИЗНЕС АСОСЛАРИ

Уқув қўлланма

*Ўзбекистон Республикаси Халқ таълими вазирлиги
Республика таълим маркази умумтаълим мактабларининг
9—11-синфлари учун уқув қўлланма сифатида
тавсия этган*

«ШАРҚ» НАШРИЁТ-МАТБАА КОНЦЕРНИНИНГ
БОШ ТАХРИРИЯТИ
ТОШКЕНТ — 1997

Тақризчилар:

*иқтисод фанлари доктори, профессор Т. ЖУМАҚУЛОВ, иқтисод
фанлари доктори, профессор. Б. АТАНИЯЗОВ, РТМ иқтисодий
таълим бўлими бошлиғи муовини Ф. СОБИРОВА*

СУЗ БОШИ

Ассалому алайкум, мухтарам уқувчи! Қўлингиздаги ушбу қўлланмани биз «Иқтисодиёт ва бизнес асослари» деб номладик. Ўзбекистон учун юқори малакали иқтисодчи кадрлар тайёрлаш ҳозирги кўннинг энг долзарб муаммоларидан биридир. Бунинг учун умумтаълим мактабларининг юқори синф уқувчилари, гимназия, лицей ва коллежларнинг барча уқувчилари иқтисодий билим асослари, иқтисодий назария, маркетинг, менежмент, тадбиркорлик каби фанларни чуқур урганишлари зарур. Бир суз билан айтганда иқтисодий билимларни мактаб партасиданоқ урганиб бориш керак. Бунинг учун эса уз юртимизга мослаб ёзилган ва уз тилимиздаги адабиётлар зарур. Ушбу қўлланма шу йўлдаги илк қадамлардандир.

Ҳозирда бизнинг мамлакатимиз узини оқлай олмаган «планли» иқтисодиётдан қадам-бақадам бозор иқтисодиётига утиб боряпти. Бу йўлнинг тугри эканлигини дунёнинг ривожланган мамлакатлари иқтисодиёти мисолида куриб турибмиз.

Ўзбекистонда ҳозирги пайтда амалга оширилаётган ислохотларнинг мақсади — бу иқтисодиётда бозор тизимларини шакллантириш, солиқ, молия ва пул-кредит сиёсатини янада такомиллаштириш, ташқи иқтисодий фаолиятни эркинлаштириш ва ҳоказолардир. Бу муаммоларни тула-тукис ҳал қилиш ёшларнинг, яъни сизларнинг зиммангизга тушади. Бунинг учун ўқиш, тинмай изланиш ва урганиш керак. Ушбу қўлланма бу йўлда сизга ишончли ҳамроҳ булади деган умиддамиз.

Қўлланма иқтисодиёт ва бизнес буйича юқори синф уқувчиларига узбек тилидаги биринчи уқув қўлланма бўлганлиги учун бу соҳаларни илк бор узлаштираётган уқувчилар қийналиб қолмаслиги мақсадида биз энг оддий тушунчаларни ҳам бериш-

ни лозим топдик. Уйлаймизки, бу улар билан таниш булган уқувчиларга ҳам фойдали булади.

Бу китоб шундай ёзилганки, унинг ҳар бир параграфи бир дарсга мулжалланган. Параграфларнинг охирида темани такрорлаш учун саволлар берилган. Ҳар бир бобнинг охирида эса хулоса, шу мавзу буйича уқувчилар тайёрлашлари керак булган маъруза ва рефератлар темалари, бобнинг асосий тушунчалари мажмуаси берилган. Бизнинг назаримизда бобнинг асосий тушунчалари мажмуаси алоҳида қилиб берилиши уқувчиларнинг диққатини ушбу тушунчаларга қаратиш ва уларни эслаб қолиш учун яхши имконият яратади. Китоб охирида мана шу тушунчаларнинг лугавий маъноси келтирилган.

Биз китобни ёзиш давомида чет эллардаги иқтисодиёт ва бизнесни ўқитишнинг илғор тажрибалари билан танишиб чиқдик ва бу тажрибаларни ҳисобга олдик. Охириги йилларда матбуотда бизнинг иқтисодиёт ва бизнесга оид қатор мақолаларимиз чоп этилди, маърузалар тўплашимиз босилиб чиқди, биз улардан ҳам фойдаландик.

Бу китобни ёзишни биз жуда яхши ниятлар билан бошлаган эдик ва шундай ниятлар билан якунлаяпмиз.

«Суз боши»нинг ниҳоясида бизни қўллаб-қувватлаб турганликлари учун таниқли бизнесменлар Ёқубжон ва Комилжон Сариқовларга, қўлэзмани қайта ишлашда меҳнати сингган ТошДУ доценти А. Фозиловга узимизнинг самимий миннатдорчилигимизни билдирамиз.

Сизлардан эса азиз уқувчилар, қўлланма ҳақидаги фикр-мулоҳазаларингизни кутиб қоламиз.

*ЭРГАШВОЙ САРИҚОВ,
МАШРАБЖОН МАМАТОВ*

**1-БОБ
ИҚТИСОДИЁТ
БИЛАН
ТАНИШУВ**



1-боб ИҚТИСОДИЁТ БИЛАН ТАНИШУВ

1. Эҳтиёжлар ва ресурслар.
2. Товар нима?
3. Товарнинг ҳаракат босқичлари.
4. Иқтисодиёт сузининг икки маъноси.
5. Тармоқлар ва корхона фаолияти.
6. Иқтисодиётда пул.
7. Микро- ва макроиқтисодиёт.

1.1 ЭҲТИЁЖЛАР ВА РЕСУРСЛАР

Атрофингизга бир назар ташланг, бунда сиз инсон ҳаёти нималардан иборат эканлигини билиб оласиз. Кишиларнинг меҳнат қилиши, меҳнатга ҳақ олиши, ҳар хил эҳтиёжларини қондириши инсон ҳаётининг асосини ташкил қилади.

Эҳтиёжлар деб, кишиларнинг яшаши, меҳнат қилиши ва маълум ижтимоий мавқега эга булиши учун истёмоли этилиши зарур бўлган маҳсулотлар ва хизматлар йиғиндисига айтилади.

Табиийки, ҳар бир инсонда хоҳиш, истак турлича бўлади ва шу тариқа эҳтиёжлар ҳам турлича бўлади.

Инсон жамиятда яшар экан, у албатта уз ҳаёти давомида вужудга келган эҳтиёжларни таъминлашга ҳаракат қилади. Лекин эҳтиёжларнинг бирламчи — қондирилиши жуда зарур ва иккаламчи — қондирилиши унчалик шарт булмаган турлари мавжуд. Кишиларнинг кийим-кечакка, озиқ-овқатга, уй-жойга булган эҳтиёжи бирламчи эҳтиёж турига киради. Эҳтиёжнинг иккаламчи турига қимматбаҳо тақинчоқлар тақиш, катта бир шаҳар ёки курортларда дам олиш, иккита ёки ундан ортиқроқ автомашинанинг эгаси булиш, дангиллама иморат қуриш ва ҳоказолар киради.

Биз эҳтиёжларни шаклларига қараб ҳам ажратамиз. Маълумки, кишиларнинг овқат истёмоли қили-

ши, кийим кийиши каби эҳтиёжларидан ташқари, билим олиш, урганиш, меҳнат қилиш каби эҳтиёжлари ҳам мавжуд.

Умуман оладиган булсак, эҳтиёжларнинг турлари куп, уларни бир-бирига ухшаш томонларини эътиборга олиб, асосан учта қисмга буламиз.

1. Моддий эҳтиёжлар инсоният пайдо булиши билан юзага келади. Моддий эҳтиёжлар, кундалик бирламчи эҳтиёжлар булиб, улар озик-овқат, кийим кечак, уй-жой ва бошқалардир.

2. Маънавий эҳтиёжлар қисмига кирувчи эҳтиёжлар жамиятнинг ривожланиб бориши натижасида юзага келади. Бундай эҳтиёжларга билим олиш, малака ошириш, дам олиш, даволаниш ва бошқа ҳар хил хизматлар киради.

3. Ижтимоий эҳтиёжлар асосан меҳнат қилишга булган эҳтиёжлар булиб, кишиларнинг мақсадли фаолиятини билдиради.

Эҳтиёжларни қондиришнинг асосий йули — ишлаб чиқариш ҳисобланади. Ишлаб чиқаришни амалга ошириш учун эса ҳар хил ресурслар талаб қилинади.

Ресурслар ҳар бир мамлакатда мавжуд булиб, уларнинг баъзилари оз, баъзилари куп булсада, умуман олганда чеклангандир.

Уларнинг табиатда қуйидаги асосий қуринишлари мавжуд:

Табиий ресурслар. Бу — ер ва унда усадиган барча нарсалар, дарё ресурслари, кул, денгиз ва океанлар, минерал ресурслар, қазилма бойликлардир.

Меҳнат ресурслари. Бу — сиз билан бизнинг қобилиятимиз, ҳаётда олган билимларимиз, кучимиз, ақлимиз ва хотирамиз.

Ишлаб чиқариш воситалари. Бу — инсон меҳнати билан яратилган воситалар: асбоб-анжомлар, станоклар, яъни дастгоҳлар, турли жиҳозлар, компьютерлар, ишлаб чиқариш бинолари, транспорт воситалари ва ишлаб чиқариш учун керакли хомашёлар.

Бир маҳсулот учун ресурсларнинг куп сарфланиши бошқа маҳсулот учун ресурсларнинг қисқаришига

олиб келади. Масалан, 1 тонна нон учун 700 кг дон кетади дейлик. 1 тонна сут учун эса 1200 кг дон керак булади. Сутни купроқ ишлаб чиқариш учун бундан ҳам купроқ нон ишлаб чиқаришдан воз кечиш керак булади.

Демак, хулоса қилиб айтишимиз мумкинки, чегараланган ресурслар билан бир вақтнинг узида ҳамма эҳтиёжларни қондириб булмаслиги сабабли, у ёки бу эҳтиёжларни қондиришнинг энг қулай даражасини танлаб олиш керак булади.

Яна шундай неъматлар борки, улар табиатдан бевосита истеъмол қилинади. Табиат томонидан яратилган ва эҳтиёжни қондириш учун кишилардан ҳеч қандай ҳақ талаб қилмайдиган нарсаларга қуёш нури, ҳаво, сув, ер, бошқаларни мисол қилиб келтиришимиз мумкин. Биз уларни текин неъматлар деб атаймиз. Лекин шу билан бирга текин неъматлар иқтисодий неъматларга айланиши мумкин. Мисол: Сиз бодринг экдингиз ва парвариш қилдингиз. Шу шахсий томорқангиздаги бодрингни етиштириш учун ишлатилган ер, қуёш нури ва сув сиз учун текин неъмат ҳисобланади. Шундай ҳолат буладики, сиз узингиз етиштирган маҳсулотларнинг бир қисмини бозорга олиб чиқиб сотдингиз. Пулига дукондан ун ва ёғ сотиб олдингиз. Бу ҳолат текин неъматнинг иқтисодий неъматга айланганини курсатади.

Купинча, биз истеъмол қиладиган жуда куп маҳсулотлар бизга зарур ҳолатда булмайди.

Яна бир мисол, сиз велосипед сотиб олмоқчисиз. Албатта велосипедни тайёрлаш учун қанча хом ашё (темир), иш кучи, вақт кетган. Лекин сиз ҳеч қачон буларни алоҳида-алоҳида сотиб олиб велосипедни қулингизда ясай олмайсиз, балки буларнинг ҳаммасини мужассамлаштирган ҳолатда тайёр велосипедни дукондан сотиб оласиз. Иқтисодий неъматларнинг яна бир тури мана шундай тайёр маҳсулотлардан иборат.

Жамият ривожланиб борган сари, эҳтиёжлар ҳам орта боради, аммо айтиб ўтганимиздек, шу эҳтиёжларни қондириш учун керак булган иқтисодий ресурслар бизда чеклангандир.

Бу эса эҳтиёжлар ва ресурсларнинг номуносиватлиги эканлигини англатади. Шу сабабли узиб бораётган эҳтиёжларни қондириш учун чегараланган ресурслардан оқилона фойдаланиб, уларни иқтисодий истеъмол неъматларга айлантириш талаб қилинади.

- ? 1) Эҳтиёж нима ва унинг қандай турлари мавжуд?
2) Қачон текин неъматлар иқтисодий неъматларга айланади? Фикрингизни мисоллар билан асосланг.
3) «Ресурслар иқтисодиётда чеklangандир» деган иборани қандай тушунайсиз?

1.2 ТОВАР НИМА?

Товар деб, энг аввало уз истеъмоли учун эмас, балки бошқа маҳсулотларга бозорда пул воситасида айирбошлаш учун яратилган меҳнат маҳсулига айтилади.

Юзаки қараганда товар деганда биз бирор бир буюмни, айтайлик кўйлакни, у тикилган газламани, уни тиккан тикув машинасини ва бошқа шу кабиларни тушунаемиз.

Аслида, товарнинг буюм сифатидаги хусусияти бор, лекин бу деган суз ҳар қандай инсон эҳтиёжини қондирадиган нарса товар булади деган маънони англатмайди.

Товар фақат инсонларнинг эҳтиёжини қондириш учун хизмат қилмасдан, балки инсон меҳнат фаолиятининг маҳсули ҳам булиши керак.

Ҳатто ҳар қандай меҳнат маҳсули ҳам товар була олмайди. Агар маҳсулот ишлаб чиқарувчининг узи учун яратилса ва бозорга чиқарилмаса, албатта у товар булмайди.

Масалан, уша сиз уз томорқангизда етиштирган бодрингнинг бир қисмини узингиз истеъмол қилдингиз. Иккинчи қисмини эса бозорга сотиш учун олиб чиқдингиз. Бу иккала қисм маҳсулотнинг бир-биридан фарқи шундаки, уларнинг биринчиси товар эмас, иккинчиси эса товардир. Демак, маҳсулот фақат истеъмолни қондириш билан товар булиб қолмайди балки, товар бошқаларнинг эҳтиёжини қондириш олди-сотди қилиш учун ишлаб чиқарилган булиши ҳам зарур.

Хулоса қилиб айтадиган булсак, ҳар бир маҳсулот товар булиши учун икки хусусиятга эга булиши керак: истъёмол қийматига, яъни кишиларнинг бирор бир эҳтиёжини қондириши шарт; алмашув қийматига, яъни бошқа товарга маълум миқдорий қийматда айирбошлана олиши керак.

Бу икки хусусият бир-бирига чамбарчас боғлиқ бўлиб, товар истъёмол қиймат тариқасида истъёмолга, алмашув қиймат тариқасида сотишга ишлаб чиқарилади.

Демак, бундан т о в а р н и н г қ и й м а т и ҳам келиб чиқади. Асосан, товар қийматининг манбаини меҳнат ташкил қилади.

Лекин меҳнат сарфлари ва қийматни бир-бирига аралаштириш асло мумкин эмас. Чунки ҳамма меҳнат сарфлари ҳам қиймат яратавермайди. Сиз юқорида товарнинг моҳиятини билиб олдингиз. Шундан келиб чиқадики, фақат товар яратилгандаги меҳнат сарфигина қиймат бўла олади.

— Шу билан бирга, товар қиймати билан, товар баҳосини ҳам бир-бирига адаштирмаслик керак. Биз кейинги бобларимизда сиз билан товар баҳоси ҳақида фикр юритамиз.

- ?
- 1) Товар нима ва у қандай хусусиятларга эга?
 - 2) Товарнинг қиймати деганда нимани тушунасиз?
 - 3) Товарнинг истъёмол ва алмашув қиймати қандай фарқланади?

1.3. ТОВАРНИНГ ҲАРАКАТ БОСҚИЧЛАРИ

Сиз юқоридаги бўлимимизда товар хоссалари билан танишиб чиқдингиз. Товар уз ҳаёти жараёнида уч асосий босқични босиб ўтади.



1.1-расм. Товарнинг ҳаракат босқичлари.

1. И ш л а б ч и қ а р и ш босқичи. Товарнинг ҳосил булишида ишлаб чиқариш босқичи муҳим рол уйнайди, аниқроғи, товар ишлаб чиқаришда вужудга келади.

Ишлаб чиқариш деб иқтисодий ресурслар ёрдамида моддий нёъматлар яратишига айтилади.

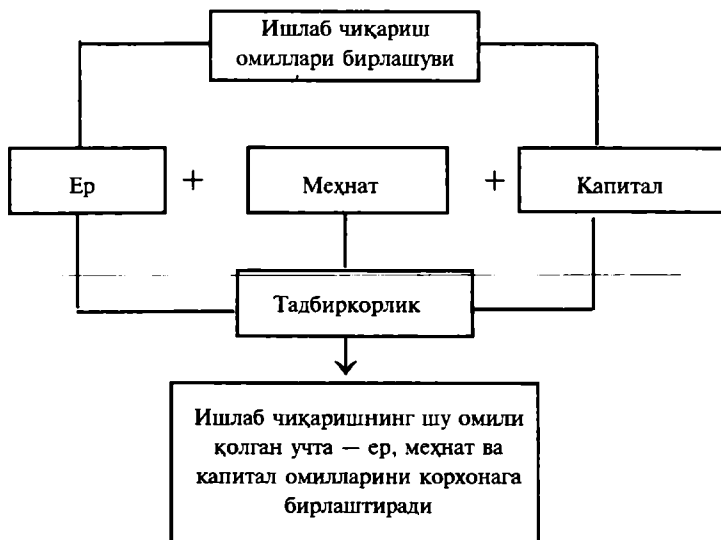
Сиёсий иқтисод асосчиларининг фикрича, ишлаб чиқаришнинг уч омили мавжуд, улар қуйидагилардан иборат:

1. Меҳнат — бу инсоннинг ишлаб чиқаришда физик, интеллектуал ва маънавий қувватининг сарфланиши.

2. Ер — бу ишлаб чиқаришда фойдаланиладиган табиий ресурслар.

3. Капитал — бу инсонлар томонидан яратилган ишлаб чиқариш воситалари.

Ҳозирги замон Ғарб мамлакатларидаги йирик иқтисодчилар юқоридагиларга қўшимча қилиб туртинчи оми — «тадбиркорликни» ҳам киритадилар. Уларнинг фикрича, ишлаб чиқаришни ривожлантиришда «тадбиркорлик» омилининг булиши муҳим аҳамиятга эга, чунки тадбиркор — учта: ер, меҳнат ва капитал



1.2-расм. Ишлаб чиқариш омилилари.

омилларини бирлаштириб товар ишлаб чиқаришга йўналтиради.

2. Тақсимот босқичи. Иқтисодиётда и х т и с о с

лашу в деган тушунча мавжуд. Ихтисослашув — ишлаб чиқаришнинг муайян маҳсулот ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатишга мослашувидир. Уша мослашувнинг асосида меҳнат тақсимооти ётади.

Меҳнат тақсимооти деб ижтимоий меҳнатнинг мустақил вазифаларни бажарувчи меҳнат турларига ажралиш жараёнига айтилади. Ҳар бир меҳнат тури мустақил вазифани бажаради, лекин бошқа турлар билан боғланган ҳолда ишлаб чиқаришда қатнашади.

Меҳнат тақсимооти меҳнат турларини касб сифатида кишиларга биркигиб қўяди.

Меҳнат тақсимоотининг 3 хил ривожланиш йўналиши мавжуд:

а) **Умумий меҳнат тақсимооти** — йирик меҳнат турларининг бир-бирларидин ажралиб, мустақил аҳамият касб этиши, меҳнатнинг йирик соҳаларга булиниши. Масалан, транспорт, қурилиш, савдо ва маиший хизмат, маориф ва соғлиқни сақлаш ва бошқалар.

б) **Хусусий меҳнат тақсимооти** — йирик соҳалар ичидаги меҳнат тақсимооти. Муайян соҳадаги бир меҳнатдан бошқаси ажралиб чиқиб ихтисослашади. Масалан, саноатдан енгил саноат, оғир саноат, машинасозликдан автомобилсозлик, тракторсозлик, самолётсозлик ва ҳ.к.

в) **Қисман меҳнат тақсимооти** — корхона доирасида буладиган меҳнат турларининг узаро ажралиб, ихтисослашуви, яъни маҳсулотни ишлаб чиқариш учун керак булган айрим қисмларни ишлаб чиқаришга мулжалланиши.

Хулоса қилиб айтадиган булсак, меҳнат тақсимооти ишлаб чиқаришни ихтисос буйича табақаланувчи турларга булади ва уларнинг узаро хужалик алоқаларини купайтиради, бу эса сифатли товар ишлаб чиқаришнинг асосий омилларидан ҳисобланади.

3. **Истеъмол** деб моддий неъматлар томонидан эҳтиёжларимизнинг қондирилишига айтилади. Кийим-кечак, озиқ-овқат, турли хизматлар истеъмол товарларига киради. Ҳар бир товарнинг уз истеъмол қиймати мавжуд булади.

Истеъмол қийматлари ҳақида кейинги бобларимизда фикр юритамиз.

- ? 1) Товарнинг қандай ҳаракат босқичларини биласиз?
2) Иқтисодиётда ихтисослашув нима?
3) Истеъмол деб нимага айтилади?

1.4. ИҚТИСОДИЁТ СУЗИНИНГ ИККИ МАЪНОСИ

Иқтисодиётнинг жуда кўп таърифлари бор. Буларнинг ҳаммаси «Иқтисодиёт шундай фан» деган сўзлар билан бошланади. Биз эса сиз билан турмушдаги мавжуд иқтисодий ҳолатлар, эҳтиёжлар, ресурслар ва товарлар ҳақида сўз юритамиз. Сизда «Фаннинг бунга нима алоқаси бор?» деган савол туғилиши мумкин.

Дастлаб грек олими Гесиот томонидан киритилган «иқтисодиёт» сўзи «уй хужалигини бошқариш санъати» маъносини англатар эди. Аста-секин бу тушунча кенгайиб, уз маъносини узгартира борди.

Иқтисодчилар ҳозирги пайтда иқтисодиётга шундай таъриф берадилар: Иқтисодиёт — бу шундай хужалик тизимики, у зарур ҳаётий неъматларни яратиш йули билан одамлар ва жамият эҳтиёжларининг қондирилишини таъминлайди.

Иқтисодий адабиётларда иккита бир-бирига ухшаш «economy» ва «economics» деган тушунчалар мавжуд булиб, «economy» тушунчасида давлатнинг иқтисодий ҳастига оид нарсалар: завод ва фабрикалар, йулар, дуконлар, товарлар ва шу товарларни ишлаб чиқарувчи ва истеъмол қилувчи инсонлар ҳақида фикр юритилади.

Иккинчи тушунча (economics) эса биринчи тушунчани урганиш билан шугулланувчи фан ҳисобланади. Бу иккала тушунча ҳам узбек тилида бир хил — «иқтисодиёт» деб таржима қилинади. Шу битта сўздан икки хил маънода фойдаланиш мумкин. Масалан, «Мен иқтисодиёт фанини урганяпман», ёки «мамлакатимизда чуқур ижобий иқтисодий узгаришлар юз бермоқда».

Шундай қилиб, иқтисодиёт фан сифатида кишиларнинг узаро ва атроф-муҳитга булган муносабатларини урганувчи ижтимоий фанлар қаторидан урин олган.

Иқтисодиёт қандай муносабатларни ургатади? Бу саволга жавоб бериш учун ўзимизга маълум бўлган «эҳтиёжлар», «чекланган ресурслар», «ишлаб чиқариш» каби категорияларга мурожаат қиламиз, бунда ўз-ўзидан иқтисодиётнинг таърифи келиб чиқади.

И қ т и с о д и ё т — бу, одамлар (шунингдек, жамият) чекланган ресурсларга эга бўла туриб, ҳозир ва қелгусида ўз эҳтёжларини қондириш учун турли товарлар ишлаб чиқариш ва қандай хизмат кўрсатишни ургатадиган фандир.

- ?) 1) «economy» ва «economics» тушунчаларининг фарқи нимада?
- 2) Иқтисодиёт қандай фанлар жумласига киради?
- 3) Иқтисодиётни таърифлай оласизми?

1.5. ТАРМОҚЛАР ВА КОРХОНА ФАОЛИЯТИ

Сиз юқоридаги мавзуларимиздан купгина иқтисодий тушунчаларни билиб олдингиз. Бу параграфимизда биз умуман ишлаб чиқаришнинг, хусусан, тармоқ ва корхоналарнинг иқтисодиётдаги ўрни тўғрисида фикр юритамиз. Биз эҳтиёжларимизни турли хил товарлар, хизматлар ёрдамида қондиришимизни айтиб ўтган эдик. Хуш, уша товарлар қаерда, кимлар томонидан яратилар экан? Хизматлар қаерда, кимлар томонидан кўрсатилар экан?

Иқтисодиётда ишлаб чиқаришнинг бир-бирига ўхшаш томонлари т а р м о қ л а р д а мужассамлашган.

Масалан, купгина озиқ-овқат маҳсулотлари «қишлоқ хужалиги» тармоғида, кийим-кечак, оёқ кийимлар «енгил саноат» тармоғида, пулат ва чуян, «оғир саноат» тармоғида, электр энергияси «электроэнергетика» тармоғида ишлаб чиқарилади. Шу жумладан, биз ажратиб чиққан тармоқлар булиниб янада майда тармоқларга ҳам ажралади. Масалан: «Қишлоқ хужалиги»: «чорвачилик», «ўсимликшунослик» ва бошқаларга булиниши мумкин.

Тармоқларнинг баъзилари яхши ривожланган, баъзилари эса ривожланмай қолган булиши мумкин. Бу ҳолат мамлакатдаги об-ҳаво, иқлим, урф-одат, фан-техниканинг ривожини ва бошқа омилларга боғлиқ.

Биз етиштираётган товарлар хом ашё давридан то

истеъмол давригача битта, иккита ёки ундан купроқ тармоқларга утиши мумкин. Бундан келиб чиқадики, иқтисодиётдаги тармоқлар узвий бир-бирига боғлиқ булади.

Уларни, одатда учта катта гуруҳга булишади.

Биринчиси — бу бирламчи иқтисодиёт булиб, уз ичига табиий бойликларни саноатга етказиш жаратни-ни, қишлоқ хужалик маҳсулотларини етказишни, ба-ликчилик, урмон ресурсларини олади.

Иккинчи гуруҳга — биринчи гуруҳ тармоқларини қайта ишловчи тармоқлар киради. Масалан, нефтни қайта ишлаш, қишлоқ хужалик маҳсулотларини кон-сервалаш, темир рудасидан машина ишлаб чиқариш ва ҳоказо.

Учинчи гуруҳни эса, биринчи ва иккинчи гуруҳ ишлаб чиқариш тармоқларига хизмат курсатувчи тар-моқлар ташкил этади. Масалан, уларга транспорт, хом ашё ва тайёр маҳсулотни сақлаш, савдо-сотик, река-лама ва ахборот билан таъминлаш киради.

Давлат томонидан кишиларга берилган ҳуқуқлар хизмат курсатишнинг узига хос қурунишларидан би-ридир. Буларга бошқарув, ҳуқуқни ҳимоя қилиш, соғ-лиқни сақлаш, таълим бериш ва бошқа тармоқлар-нинг хизматидан фойдаланиш киради.

Тармоқлар корхоналардан ташкил топган булиб, иқтисодиётда мавжуд етиштирилган товарларнинг барчаси корхоналарда ишлаб чиқарилади. Бунда кор-хоналар маблагларига хом ашё ва керакли нарсаларни сотиб олади. Олинган хом ашё қайта ишланиб, товар ва хизматлар яратилади ва бозорга чиқарилади. Шу тарихи корхона билан бозор уртасида айланма ҳара-кат давом этади. Бу ҳаракат ҳамиша бозорда бошла-ниб яна бозорда тугатилади.

Бундай ҳаракатни айрим иқтисодчилар «капи-тал айланмаси (о б о р о т и)» деб ҳам атайдилар.

Қуйидаги мисолни келтирамиз, корхона маълум маблагга бозордан хом ашё (пахта) сотиб олди ва қайта ишлаш натижасида корхонада товар (куйлак) ҳосил булди. Товар уз навбатида аҳоли эҳтиёжини қондириш ва д а р о м а д олиш мақсадида бозорда пулга айирбош қилинади. Олинган даромаднинг маъ-

лум фоизини корхона уз эҳтиёжлари учун ишлатиб, қолган қисми эса яна бозордан хомашё сотиб олиш учун сарф қилинади ва шу тариқа айланма ҳаракат давом эттирилади.

- ? 1) Иқтисодиётнинг қандай тармоқларини биласиз?
2) Бирламчи тармоқнинг қолган тармоқлардан фарқини айтиб беринг.
3) «Капитал обороти» нима?

1.6. ИҚТИСОДИЁТДА ПУЛ

Иқтисодиётдаги ихтисослашув товар айирбошланинг зарурлигини келтириб чиқаради. Лекин, товарларни қандай қилиб бир-бирларига айирбошлаш мумкин?

Масалан, битта китобга нечта ручка тенг келади, ёки бир жуфт туфлининг қийматига магнитофон тенг келадими?

Қадимги даврларда одамлар маҳсулотларни бир бирига сотиш учун эмас, балки уз эҳтиёжини қондириш учунгина ишлаб чиқаришган холос.

Аста-секинлик билан кишилар уртасида вужудга келган маҳсулотни маҳсулотга айирбошлаш, яъни алмашиш ишлаб чиқаришнинг кишилар онгида анчагина юксалиб бораётганидан далолат беради. Бу усул иқтисодиётда «б а р т е р у с у л и» деб номланиб, қадимдан товарларнинг кийматига қараб бир-бирига айирбошлашда қўлланилиб келган.

Масалан:

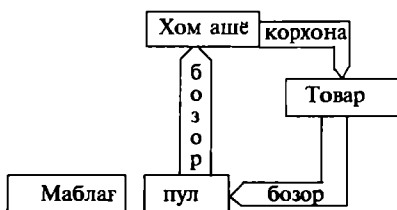
$$\begin{array}{l} \boxed{\text{битта қуй}} = \boxed{\text{икки қоғ дон}} \\ \boxed{\text{битта болта}} = \boxed{\text{икки қоғ дон}} = \boxed{\text{битта қуй}} \end{array}$$

Иқтисодиёт янада ривожланиб, кишилар уз эҳтиёжларини қондиришдан ташқари фойда олиш мақсадида ҳам товар ишлаб чиқара бошладилар. Бунда товарлар фақат товарларга эмас, балки қимматбаҳо тошларга, чиганоқларга, тери, мўйна, кейинчалик эса, олтин, кумушга ҳам алмаштирила бошланди.

Савдонинг ривожланиб бориши металл пулларнинг вужудга келишига сабаб булган, яъни куп оғир-

ликдаги олтин, кумушлар танга сифатида забт этилган. Юқоридаги фикрларимиздан олтин ҳам товар эканлиги келиб чиқади. Техниканинг, савдо-сотиқнинг ривожланиб бориши натижасида олтиннинг маълум бир бирлигига шартли равишда тенглаштирилган қозғалдирилган пуллар ишлаб чиқарила бошлади. Натижада ҳар бир давлат уз пулига эга бўлди.

Хуш, иқтисодиётда пул қандай вазифаларни бажаради? Иқтисодиётда товар ва хизматлар ишлаб чиқаришдан то истеъмолчигача бўлган жараён пул воситасида амалга оширилади. Ишлаб чиқарувчилар ресурсларни бозордан пулга сотиб олиб товар ва хизматлар яратадилар ва бозорда яна пулга сотадилар.



1.3-расм. Иқтисодиётда пулнинг вазифалари.

Пулнинг уз вазифалари мавжуд. Булар муомала воситаси, қиймат ўлчови ва жамғарма воситаси вазифаларидир. Товарларни пулга сотиб олиш мумкин ва у товарларни товарларга айирбошлаш муаммосини ечиб беради. Бу эса пулнинг муомала воситаси ҳисобланади.

Товарларни бир-бирига айирбошлаш учун биринчи навбатда товарлар қийматини аниқлаш зарурдир. Демак, бу ерда пул қиймат ўлчови вазифасини бажаради.

Пул бойлик жамғаришнинг қулай усулидир, яъни жамғарма воситасидир.

- ?
- 1) Пул қандай пайдо бўлган?
 - 2) «Пул — бу айирбошлаш воситасидир» деган иборани тушунтириб беринг.
 - 3) Пулнинг қандай вазифаларини биласиз?

1.7. МИКРО- ВА МАКРОИҚТИСОДИЁТ

Иқтисодиётнинг асосий муаммоларини ҳар бир ишлаб чиқарувчи ва бутун жамият ҳал қилишга ҳаракат қилади. Иқтисодиётнинг асосий муаммоларини алоҳида ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи нуқтаи назаридан ҳал қиладиган булими м и к р о и қ т и с о д и ё т дейилади. Иқтисодиётнинг бу булимида талаб ва таклиф, баҳонинг шаклланиши, ишлаб чиқариш ʼмиллари ва фойдани купайтириш усуллари ҳақида суз юритилади.

Микроиқтисодиёт алоҳида кишиларнинг, оила хўжалигининг, корхоналарнинг ва бозорларнинг фаолиятларини, шу корхоналарда ишлаб чиқариладиган ва шу бозорларда сотиладиган маҳсулотларнинг ҳажмини ва нархларини, ҳамда баҳо механизминини қай тариқа ресурсларнинг жойлашишига ва даромадларнинг тақсимланишига таъсир қилишини урганади. Шунингдек, микроиқтисодиёт бозор тизими ва давлатнинг сисёати ишлаб-чиқаришга таъсир қилишини ҳам урганади.

Иқтисодиётнинг асосий муаммоларини умумжамият нуқтаи назаридан ечадиган булими м а к р о и қ т и с о д и ё т дейилади. Умумий талаб ва таклиф, инфляция, иқтисодий юксалиш, ишсизлик, турмуш кечириш даражаси, давлат харажатлари, солиқлар каби тушунчалар макроиқтисодиёт предмети жумласидандир.

Макроиқтисодиёт иқтисодиётни яхлит ҳолича урганади ва унинг моҳиятини ялпи таклифнинг, яъни иқтисодий системанинг ялпи ишлаб чиқариш имкониятларининг ҳал қилувчи омилларини ва ялпи талабнинг, яъни иқтисодий бирликларнинг ишлаб чиқарилган товарларга ва курсатилган хизматларга сарф қилган умумий харажатларини ҳал қилувчи омилларини таҳлил қилиш ташкил қилади.

Қисқа муддатга тааллуқли саволлар орасида макроиқтисодиётнинг бош муаммолари қуйидагилардир: Нима учун айрим пайтларда ялпи талаб, ялпи таклифдан ортиқроқ булади ва бу уз навбатида инфляцияни келтириб чиқаради ва нима учун айрим пайтларда

ялпи талаб ялпи таклифга қараганда пасайиб кетиб ишсизликка, дефляцияга ва ҳеч бўлмаганда инфляциянинг камайишига олиб келади? Узоқ вақтга мулжалланган фаолият нуқтаи назаридан олиб қараганда эса макроиқтисодиёт асосан иқтисодиётнинг ўсиши, яъни иқтисодиётнинг ишлаб чиқариш имкониятлари билан ва киши бошига олинадиган даромад каби категориялар билан иш куради.

Иқтисодиётнинг айрим муаммоларининг ҳал қилинишига ҳар хил мамлакатларнинг узаро муносабатлари нуқтаи назаридан қараш ҳам мумкин. Иқтисодиётнинг бу булими ж а ҳ о н и қ т и с о д и ё т и деб юритилади. Бу булимда ташқи иқтисодий алоқалар, капитал экспорти, ривожланган ва қолоқ мамлакатларнинг узаро боғлиқлиги каби муаммолар урганилади.

- ? 1) Микроиқтисодиёт нималарни ургатади?
2) Макроиқтисодиёт-чи?
3) Жаҳон иқтисодиёти булими қандай муаммоларни урганади?

Х у л о с а

Сиз бу бобда «иқтисодиётнинг» вазифаси, унинг икки маъноси, иқтисодиётни ташкил қилувчи омиллар, микроиқтисодиёт ва макроиқтисодиёт тушунчалари билан танишдингиз. Бобнинг якунида «иқтисодиёт давлатнинг энг асосий пойдевори» эканлигини яна бир бор эслатиб ўтмоқчимиз.

Кейинги бобларимизда эса иқтисодиётни ташкил қилувчи турли хил жараёнлар юзасидан фикр юрита-миз.

М а ў р у з а в а р е ф е р а т л а р

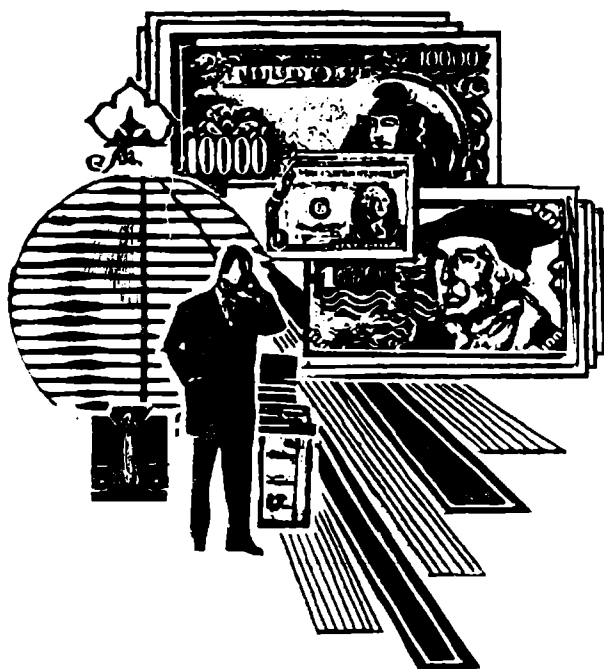
1) «Иқтисодиёт» мавзусида синфингизда уртоқларингиз билан маъруза тайёрланг. Ҳар бирингиз маърузада иқтисодиётнинг турли тармоқларини ёритинг.

2) «Пулнинг келиб чиқиши ва унинг ҳозирги замондаги аҳамиятини» ифодалаган ҳолда реферат мавзуини танланг ва ёзинг.

Сиз шу бобда танишган
янги тушунчалар:

эҳтиёж
даромад
ресурс
товар
қиймат
меҳнат тақсимоти
истеъмол
«Economy»
Economics
тармоқ
пул
бартер усули
миқроиқтисодиёт
макроиқтисодиёт
жаҳон иқтисодиёти

**2-606
6030P**



2-б о б

БОЗОР

1. Бозор тушунчаси ва унинг турлари.
2. Бозордаги айирбошлаш. Нархлар.
3. Рақобат.
4. Талаб ва таклиф.
5. Бозор иқтисодиёти моҳияти.

2.1. БОЗОР ТУШУНЧАСИ ВА УНИНГ ТУРЛАРИ

Бозорнинг энг кўна қуриниши бу, анъанавий б о з о р д и р, яъни сотувчи ва харидорлар узаро олди-сотди билан шугулланувчи жойдир. Деярли барча шаҳарларда юзлаб йиллар давомида мавжуд бўлган анъанавий бозорлар ҳозиргача сақланиб қолган. Бунга мисол қилиб биз деҳқон бозорларини келтиришимиз мумкин.

Лекин замонавий дунёда бозорнинг ҳар хил шакллари бор. Энг яхшиси бозорни харидор ва сотувчиларга нархларни айирбошлашга имконият берадиган тизимдир деб таърифласак бўлади. Бунда харидорлар ва сотувчилар бир-бирлари билан юзма-юз учрашишлари шарт эмас. Ҳар хил техник воситалар телефон, факс, телекс, электрон почта ёки газеталардаги эълонлар орқали улар билвосита алоқа қилишлари мумкин.

Масалан, валюта биржасида дилерлар чет эл валютасини сотишади ёки сотиб олишади. Улар бунда бир-бирлари билан учрашмайдилар. Купгина ҳолларда эса уларни минглаб километрлар ажратиб туради. Замонавий алоқа воситалари уларга дунёнинг ҳар хил бурчакларида чет эл валютасининг баҳоси қандай ўзгараётганлигини билиб туришга имконият беради. Тошкентда туриб дилерлар Лондон, Нью-Йорк ёки Токиодаги ҳаммасблари билан валюта олди-сотди битимларини тузишлари мумкин. Илгариги замонларда асосан, м а ҳ а л л и й бозорлар мавжуд эди. Одамлар

асосан ўз-ўзларини таъминлар ва бошқалардан жуда кам нарса сотиб олар эдилар. Чунки транспорт воситаларининг йўқлиги ҳар хил катта регионларда сотиш учун кўп миқдорда ишлаб чиқаришни қийинлаштирар эди.

Транспорт ва алоқанинг ривожланиши ҳамда рекламадан фойдаланиш миллий бозорларнинг вужудга келишига имконият берди. Тошкент аҳолиси истеъмол қилаётган озиқ-овқат ёки саноат маҳсулотларини Андижон, Хоразм ёки Шурчида учратиш мумкин.

Худди шу омиллар жаҳон бозорининг ташкил топишига олиб келди. Масалан, Ўзбекистон аҳолиси маҳаллий «Юлдуз», «Малика», «Лаззат» фабрикаларини қандай яхши билса, «Пьер Карден», «ДЭУ», «Мицубиси» каби Франция, Жанубий Корея ва Япония компанияларини ҳам яхши билдилар. Мис, алюминий, қалай, каучук, нефть, пахта, бугдой, шакар, кофе ва чой каби хомашёлар эса кўплаб йиллар давомида жаҳон бозорида сотиб келинади. Банк ва сугурта хизматлари ва шунга ўхшаш кўпгина хизматлар ҳам жаҳон бозорида сотилишини таъкидлаб утишимиз керак.

Таркибидаги товар турларига қараб ҳам бозор турли шаклларга бўлинади.

Истеъмол бозорлари — кийим, озиқ-овқат ва бошқа маҳсулотлар сотиладиган бозорлар, меҳнат бозорлари — кишилар ўз иш кўчларини сотадиган бозорлар, илмий ғоялар бозори — инсонларнинг фикрлари, ғоялари муомалада бўладиган бозорлар, пул бозори — валюта, акция, облигация ва бошқа қимматбаҳо қозғалар сотиладиган бозорлар ва бошқалар.

- ?
- 1) Бозор нима?
 - 2) Миллий бозор билан Жаҳон бозорининг фарқини айтиб беринг.
 - 3) Бозорнинг қандай шакллари мавжуд?

2.2. БОЗОРДАГИ АЙИРБОШЛАШ. НАРХЛАР

Сизга маълумки, сотувчи билан харидор товар айирбошлаётганда юзма-юз мулоқотда булади. Лекин

олдинги параграфда куриб утганимиздек, сотувчи ҳам, олувчи ҳам бир-бирини курмасдан телефон, факс, почта ёки компьютер орқали битим тузишлари мумкин. Бозор — бу айирбошлаш учун жой эмас, балки айирбошлашнинг узи, чунончи товарни сотиш ва харид қилиш жараёнидир.

Иқтисодий муносабатларда бозор тизимининг узи-га хос хусусиятлари қандай?

Биринчидан, бу сотувчи билан харидор уртасидаги эркин айирбошлашдир. Ҳеч ким уларни битим тузишга мажбур қилмайди. Битимдан келган узаро фойда сотувчи ва харидорлар томонидан бозорни ривожлантиришнинг асосий стимулидир. Акс ҳолда айирбошлашнинг маъноси қолмайди.

Иккинчидан, бу бозордаги айирбошлаш иштиракчиларининг аниқ моддий жавобгарлиги ҳамдир. Купгина сотувчи ва харидорлар уз маблагларини таваккалига оборотга қўядилар.

Учинчидан, бу ишлаб чиқарувчилар — товар сотувчилар ва харидорларга хизмат курсатувчилар орасидаги рақобатдир.

Товар айирбошлаш жараёнида энг муҳим категория бу нарх ҳисобланади. Нарх деб товар қийматининг пулдаги ифодасига айтилади.

Узаро битимлар ва шартномалар тузиш учун нархларнинг зарурлигини биз юқорида айтиб утган эдик.

Нархлар қандай булишидан қатъи назар бозорда бешта функцияни (вазифани) бажаради.

1. Бозор мувозанатини таъминлаш функцияси. Бунда у талаб ва таклифга таъсир этиш орқали, уларни мувозанат ҳолатига олиб келади. Бунда таклиф қилинаётган ва талаб қилинаётган товарлар миқдори бир-бирига тенг булади.

2. Ҳисоб-китоб, улчов функцияси. Нарх — бу қийматнинг пулдаги ифодасидир, чунки қилинган харажатлар, олинган фойда-зарарлар, иш ҳажми буларнинг ҳаммаси нархлар воситасида ҳисоб-китоб қилинади. Ишлаб чиқарилган натурал — моддий товарларни солиштириш уни бир хил курсаткичга келтириш ҳам уларнинг умумий улчови булган пул, унда ифодаланган нарх орқали амалга оширилади.

3. Иқтисодий тартиблаш функцияси. Нарх талаб ва таклифга таъсир этиб бозорни тартибга солиб туради.

4. Рақобат воситаси. Бозорда ишлаб чиқарувчилар узаро бир-бирлари билан рақобатлашадилар. Ишлаб чиқарилган товар ва хизматларни сотиш учун улар товар нархларини пасайтирадилар ва шу йул билан харидорларни узларига жалб қилишга ҳаракат қиладилар.

5. Ижтимоий ҳимоя функцияси. Нарх аҳолининг айрим тоифасини қимматчиликдан сақлаш вазифасини утайди. Аҳолининг камбағал ва ночор қатламларига товарлар арзонлаштирилган нархда сотилади. Бу арзон нархлар давлат томонидан белгиланади.

Нархнинг жуда куп турлари мавжуд булиб, уларнинг айримларини мисол қилиб келтиришимиз мумкин: мувозанат нарх, нуфузли нарх, миллий нарх, арзонлаштирилган жаҳон нархи, эркин нарх ва бошқалар.

- ? 1) Бозорда айирбошлаш қандай амалга оширилади?
2) Нархларнинг вазифаси нималардан иборат?
3) Нархларнинг қандай турларини биласиз?

2.3. РАҚОБАТ

Бозор билан рақобат бир-бири билан чамбарчас боғлиқдир. Р а қ о б а т — «конкуренция» сузи лотинча «сопсигета» — туқнашув сузидан келиб чиқиб — беллашув, иқтисодий кураш деган маънони беради. Иқтисодиётда рақобат деб қизиқиш, манфаат, эҳтиёж, талаб, истак ва ҳоказоларнинг туқнашувига айтилади. Харидорларни узларига купроқ жалб қилиш мақсадида товар сотувчилар ва хизмат курсатувчилар узаро рақобат қиладилар.

Бунинг учун улар узи ишлаб чиқараётган товарларининг сифатини яхшилайдилар ва нархларни пасайтирадилар, реклама ва эълонлар учун маблағлар ажратадилар.

Аммо, баъзан харидорлар ҳам қандайдир товар сотиб олиш учун узаро рақобат қиладилар. Сотувчининг товарини сотиб олишда купроқ пул тулайдилар.

Биринчи ҳолат сотувчилар рақобати, иккинчиси эса харидорлар рақобати дейилади.

Рақобатнинг жуда куп турлари мавжуд:

1. **Сотувчи билан сотувчи** уртасидаги рақобат турли сотувчиларнинг бошқалардан товарларини купроқ сотиш учун ва уз навбатида рақибини синдириш учун курашида намоен булади.

2. **Харидор билан харидор** уртасида. Бозорда харидорлар сотувчиларга нисбатан купчиликни ташкил этади, бундан ташқари камеб товарларнинг сотилиши харидорлар уртасида курашни кучайтиради. Уларнинг асосий мақсади, арзон ва сифатли маҳсулот сотиб олишдан иборат булади.

3. **Харидор билан сотувчи** уртасидаги кураш бошқалардан анча фарқ қилади, яъни харидор сотувчидан мумкин қадар арзон нархда талаб қилса, сотувчилар уз товарларини қимматроқ сотиш учун курашадилар.

4. **Демпинг сиёсати** — бу рақобат курашининг муҳим услубларидан бири булиб, оддийгина бозордан то жаҳон бозоригача булган ораликда фаолият курсатади. Бозорда рақибини синдириш мақсадида товарларнинг уз қийматидан ҳам паст нархда сотилиши «демпинг» сиёсати деб аталади.

Рақобат курашининг бу услубига қарши давлатлар уртасида «антидемпинг» сиёсати олиб борилади. Бу ҳолатда сотилаётган барча товарларнинг сотиб олиниши харидорлар учун ман қилинади.

Шундай қилиб, рақобат бозорда ҳам, ишлаб чиқарувчилар уртасида ҳам мавжуддир. Бозорни ривожлантириш, уни тартибга туширишда энг асосий вазифани рақобат бажаради.

- ? 1) Рақобат деб нимага айтилади?
2) Рақобатнинг қандай турларини биласиз?
3) «Демпинг» сиёсати нима?

2.4. ТАЛАБ ВА ТАКЛИФ

Айни пайтда бозорда мавжуд ёки келтирилиши мумкин булган товарлар мажмуасига таклиф дейилади.

Таклиф даражаси биринчи навбатда бозорда нархнавога боғлиқдир. Буни қуйидаги мисол орқали кўрамиз. Агар гушт нархи бозорда паст бўлса, куп сотувчилар уни стиштирмасликка ҳаракат қиладилар. Гуштни сотадиганлар ҳам куп даромад кўрмайдилар. Даромад — сотувчилар учун асосий интилиш бўлганлиги сабабли бозорда таклиф қилинадиган гушт камаяди.



2.1-расм. Таклиф чизиги.

Энди нархнинг ўсиши билан гуштнинг таклифи орасидаги боғлиқликни кўриб чиқамиз (2.1-расм).

Агар 1 кг гушт 40 сўм бўлса, сотувчилар — 100 кг таклиф қиладилар. Агар, 60 сўм бўлса — 150 кг, 80 сўм бўлса — 250 кг ва 120 сўм бўлса — 400 кг таклиф қиладилар.

Демак, нарх қанчалик юқори бўлса, товар ҳам шунча куп таклиф қилинади. Бу ўз-ўзидан тушунарлидир, чунки нарх қанча юқори бўлса, ишлаб чиқарувчи ўз маҳсулотини сотганда шунча куп даромад олиши мумкин, шу сабабли нарх ўсиши билан товарлар ишлаб чиқариш ва таклиф қилиш кенгайди.

Истеъмолчиларнинг товарга бўлган пулли эҳтиёжи т а л а б дейилади.

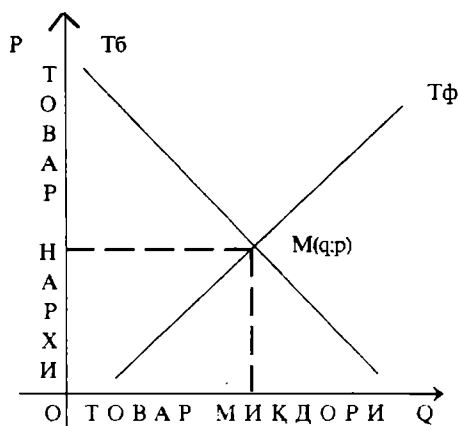
Талаб билан нархнинг ўзаро таъсирини ҳар қандай бозорда кузатишимиз мумкин. Буни яна ҳам чуқурроқ кўриш учун яна гушт мисолига қайтамиз (2.2-расм). Агар 1 килограмм гуштнинг нархи 120 сўм бўлса, бар-

ча истеъмолчилар — 50 кг, 100 сум булса — 80 кг, 70 сум булса — 150 кг, 50 сум булса — 300 кг, 40 сум булса — 500 кг гушт сотиб оладилар, яъни товарлар нархи қанчалик пасайиб борса, бу товарларга булган талаб шунчалик ошиб борали.



2.2-расм. Талаб чизиги.

Ҳар бир харидор узидаги бор пулга товарни иложи борица куп миқдорда ва мумкин қадар арзон нарҳда сотиб олишга интилади. Сотувчи эса уз товарларини мумкин қадар қиммат сотишга ҳаракат қилади. Бундан талаб нархи ва таклиф нархи юзага келади.



2.3-расм. Мувозанат нуқта.

Агар харидорлар гуштнинг нархи 40 сум булганда 500 кг сотиб олишни истасалар, лекин сотувчилар бу нархда 100 кг таклиф қилсалар харидорлар уртасида гушт сотиб олиш учун рақобат ҳосил булиб, товар тақчиллиги вужудга келади.

Агар сотувчилар гуштнинг нархи 120 сум булганда кўпроқ сотишни хоҳлаб, 400 кг таклиф қилсалар, харидорлар нарх қимматлиги туфайли 50 кг гушт харид қиладилар. Натижада бозорда гуштнинг ҳаддан ташқари ортиб кетиши вужудга келади. Бундай ҳолатни тўхтатиш учун нархни пасайтириш керак булади.

Шундай қилиб, нарх баланд булганда таклиф талабдан анча юқори булади, паст булганда талаб — таклифдан ортиқ булади, бу нархларнинг ошишига олиб келади. Талаб, таклиф ва нархларнинг узғариб туриши сотувчилар таклиф қиладиган ва харидорлар сотиб олмақчи булган товарлар миқдори тенглашгунча давом этади.

Бундай ҳолатда талаб нархи таклиф нархига тенг булади, талаб ва таклиф ҳажми эса купаймайди ҳам, камаймайди ҳам (2.3-расм). Бозорда бундай таклиф (расмда $M(q, p)$ нуқта) бозор мувозанати, сотиладиган ва сотиб олинadиган товарлар ҳажми q — миқдор мувозанати деб, мувозанатга эришилган нарх — p эса мувозанат нархи деб аталади.

? 1) Талаб нима?

2) Таклиф нима?

3) Бозор мувозанати деганда нимани тушунаси?

2.5. БОЗОР ИҚТИСОДИЁТИНИНГ МОҲИАТИ

Эркин товар пул муносабатларига асосланган, иқтисодий монополизмни инкор этувчи, қонунлар орқали бошқариб туриладиган иқтисодиёт — бозор иқтисодиёти дейилади.

Узига хос мулкый муносабатлари, ижтимоий йуналишлари ва тартибланиб туриш усуллари жиҳатидан бозор иқтисодиёти планли иқтисодиётдан фарқ қиладди.

Шу жиҳатларни ҳисобга олган ҳолда бозор иқтисодиётига яна қуйидагича таъриф бериш мумкин: Бозор иқтисодиёти шундай иқтисодиётки, унда меҳнат, моддий ва молиявий ресурсларнинг тақсимот тизимини истемолчилар ва ишлаб чиқарувчиларнинг узлари белгилайдилар.

Бозор иқтисодиётининг уз объект ва субъектлари мавжуд.

Бозор иқтисодиёти объектлари деганда иқтисодиётда руй берадиган жараёнларнинг урни, жойи тушунилади.

Бозор субъектига, жисмоний шахслар, юридик шахслар, фирмалар, корхоналар, ер эгалари ва бошқалар киради. Бу тушунчаларнинг айримлари билан сиз кейинги бобларда батафсилроқ танишасиз.

Бозор иқтисодиёти уз категория ва қонунларига ҳам эга.

Бозор иқтисодиётининг категорияларини талаб, таклиф, бозор, баҳо, рақобат ва бошқалар ташкил қилади.

Бозор иқтисодиёти қонунларининг асосийлари бу — талаб ва таклиф қонуни, қиймат қонуни ва рақобат қонунларидир.

Ҳозирги пайтда ривожланган мамлакатларнинг барчасида бозор иқтисодиёти ҳукм сурапти.

Собиқ иттифокнинг инқирозидан кейин, унинг таркибига кирган барча республикалар мустақил давлатларга айланди. Бугунги кунда уларнинг барчасида шу жумладан, Ўзбекистонда ҳам бозор иқтисодиётига утиш жараёни бормоқда.

Бозор иқтисодиётига утаётган барча мамлакатлар олдида утишнинг икки йули туради.

1) Инқилобий йул. Бу бозор иқтисодиётига уруш жанжаллар билан утиладиган йул.

2) Эволюцион йул. Бу йул орқали бозор иқтисодиётига аста-секинлик билан босқичма-босқич утилади.

Республикаимиз бозор иқтисодиётига иккинчи йул билан, босқичма-босқич утмоқда.

Ўзбекистон иқтисодиётини бозор муносабатларига утказишда бошқа республикалардан фарқли уларок,

ижтимоий йуналтирилган бозор муносабатларига утиш мақсад қилиб қўйилиб, аҳолини ижтимоий ҳимоя қилишга устивор масала деб қаралмоқда.

Бунда Республикамизда бозор иқтисодиётига утишнинг асосий 5 тамойилига амал қилинмоқда:

- 1) Иқтисодиётнинг сиёсатдан устунлиги.
- 2) Давлат бош ислохотчи.
- 3) Қонун ва Конституциянинг устуворлиги.
- 4) Кучли ижтимоий сиёсат юргизиш.
- 5) Бозор иқтисодиётига босқичма-босқич утиш.

Иқтисодиётнинг янада юксалишида, Ўзбекистон ривожланган мамлакатлар қаторига қўшилишида бозор иқтисодиёти муҳим аҳамиятга эга.

?

- 1) Бозор иқтисодиёти деб нимага айтылади?
- 2) Бозор иқтисодиётининг субъект ва объектларини айтиб беринг.
- 3) Бозор иқтисодиётига утишнинг эволюцион йўлини Ўзбекистон Республикаси мисолида тушунтиринг.

Х у л о с а

Сиз ушбу бобда бозор тушунчаси, унинг турлари ҳамда бугунги кунда ривожланган давлатлар иқтисодиёти булмиш бозор иқтисодиётининг моҳияти билан танишиб ўтдингиз. Хулоса қилиб шуни айтиш керакки, бозор тушунчаси жуда кенг қамровли булиб, бозор иқтисодиётининг бир категорияси булиб ҳам ҳисобланади.

Бозор иқтисодиётига утиш эса иқтисодни ривожлантиришнинг ягона йулидир.

М а ъ р у з а в а р е ф е р а т л а р

1. «Ўзбекистонда бозорларнинг турлари» деган мавзуда маърузалар тайёрланг.

2. И. А. Каримовнинг асарларидан фойдаланилган ҳолда «Ўзбекистоннинг бозор иқтисодиётига утиши» мавзусида реферат ёзинг.

**Сиз шу бобда танишган янги
тушунчалар:**

бозор
талаб
таклиф
мувозанат (клиринг) нуқта
бозор иқисодиёти
нарх
рақобат
демпинг сиёсати
жисмоний шахс
юримдик шахс

**3-БОБ
МУЛК
ВА
ХУСУСИЙЛАШТИРИШ**



МУЛК ВА ХУСУСИЙЛАШТИРИШ

1. Мулк қандай қилиб пайдо бўлди ва ривожланди?
2. Мулк нима ва у нима учун керак?
3. Мулк объекти ва субъекти.
4. Мулк шакллари.
5. Мулк муносабатлари.
6. Мулк ва эксплуатация.
7. Хусусийлаштириш ҳақида.

3.1. МУЛК ҚАНДАЙ ҚИЛИБ ПАЙДО БУЛДИ ВА РИВОЖЛАНДИ?

Жамиятдаги хилма-хил иқтисодий муносабатлар мулкка бўлган муносабатлардан келиб чиқади. Ким мулкдор ҳисобланади ва унинг мулкига нималар киради? Бу саволнинг жавобига нафақат нарсаларнинг тақдири, балки одамлар тақдири ҳам боғлиқ бўлади. Мулк — бу иқтисодий жараёнлар ва муносабатларнинг бошланғич нуқтаси ҳисобланади, шунинг учун бу масалани бирмунча чуқурроқ урганиб чиқамиз.

Бизнинг атрофимиздаги олам эволюцион жараён натижасида пайдо бўлганми ёки Оллоҳ таоло томонидан яратилганми, бунга боғлиқ булмаган ҳолда, равшанки ерда одам пайдо булмагунча, хужалик, мулкдор ҳам булмаган.

Ер юзиде одам пайдо булиши билан манзара тубдан узгарди. Одам қулига таёқ олиши билан у нафақат меҳнат қуроли, балки одамнинг шахсий чуқмори, унинг буюми, шахсий ашёси, мулки булиб қолди. Шахсий ёки гуруҳий, қабилавий буюм булиб ҳимоя ва ҳужум қуроллари, меҳнат қуроллари ва буюмлари, учоқ, турар жой, кийим, уй жиҳозлари пайдо булиши билан уларда ҳам мулкчилик шакллана бошлади. Овчилик ва ерга ишлов беришни урганиш натижасида одамлар, оилалар ва қабилалар томонидан ерларни мулк тариқасида ўзлаштириш бошланди.

Бойлар ва камбагалларнинг пайдо булиши, узи эгалик қилаётган мулкни кенгайтиришга интилиш, бойлик, мулк орттириш ва майдонларга эгалик қилиш учун урушларни келтириб чиқарди. Натижада, мулк қўлдан қўлга ута бошлади. Усиб бораётган аҳоли учун тобора кўпроқ ер, ишлаб чиқаришга жалб қилинадиган табиий ресурслар керак. Натижада, одам эгаллаши мумкин бўлган ҳамма нарса шу заҳотиёқ ажратиб, босиб олинади, ўзлаштирилади ва бўлинади, яъни у мулкка айланади.

Айрим давлатларнинг пайдо булиши давлат мулкни вужудга келтирди. Шундай қилиб, шахсий, оилавий, уруғдош ва давлат мулки шакллари пайдо бўлди. Қабилалараро, кейинчалик давлатлараро урушлар, бойликларни босиб олиш ва мерос қолдириш мулкчиликнинг энг хунук шакли — қўллик ва крепостнойликни келтириб чиқарди ва бунда одамларга мулк сифатида муносабатда бўлинди.

Феодализм даврида натурал хужалик ерни, унга ишлов бериш асбобларини, ҳайвонларни феодалга — мулк эгасига мулкчилик ришталари билан боғлаб қўйилди. Капитализмда ишлаб чиқариш воситалари капитал эгаларининг мулки бўлиб қолди. Хусусий мулкчилик гуллаб яшнади, ундан ташқари, мулк объекти ва субъекти орасидаги муносабатлар эгалик қилишда, бошқаришда, фойдаланишда кўпроқ фарқ қила бошлади.

Ишлаб чиқаришнинг кейинги умумлаштирилиши хусусий мулк шаклларининг ўзгаришига, унинг аста-секин корпоратив, жамоа, кейинчалик акционерлик шаклларига айланишига олиб келди. Ижтимоий, давлат мулкчининг роли орта борди. Ерга, табиий бойликларга мулкчилик билан бир қаторда, тиллага ва қимматбаҳо буюмларга, пул маблағларига, қимматбаҳо қозғаларга мулкчилик ёйила бошлади. Маънавий маҳсулотларга интеллектуал мулкчилик, маълумотларга мулкчилик муаммоси пайдо бўлди. Айрим мамлакатларда бўлаётган революцион мулк шакллари ва муносабатларини ўзгартирди, хусусан, социалистик революциялар туфайли ишлаб чиқариш воситалари хусусий мулкчиликни йўқотиш ва уни ижтимоий, давлат мулки шакли билан алмаштириш

амалга ошди. Лекин купроқ давлат мулкининг ҳукмронлигига асосланган ҳужалик унчалик самарали эмас экан. Натижада, бугунги кунда асосан бозор иқтисодига таянган иқтисодий олам мулкчилик шакллари­нинг турли хил кўринишларини биргаликда мавжуд бўлишини маъқул кўрмоқда ва хусусий мулкка эркинлик бермоқда.

- ?
- 1) Шахсий, гуруҳий ёки қабилавий буюмлар қандай пайдо бўлди?
 - 2) Давлат мулкчилиги қандай пайдо бўлди?
 - 3) Мулкчиликнинг корпоратив, жамоа ва акционерлик шакллари­ни тушунтириб беринг.

3.2. МУЛК НИМА ВА У НИМА УЧУН КЕРАК?

Биз мулк ҳақидаги суҳбатимизни бу тушунчага таъриф бермасдан, унинг туғрисида бошқа интуитив билим ва тасаввурларимизга асосланган ҳолда бошладик. «Мулк» тушунчасига купроқ ёки камроқ аниқликда таърифни қандай бериш мумкин деб уйлайсиз?

Мулк, бир томондан, одам ёки одамлар гуруҳининг, иккинчи томондан, предметлар, буюмлар (объектлар)нинг узаро муносабати булиб, бунда одам ва одамлар нарсаларни узлари узлаштириб, бошқа одамлардан бегоналаштирадилар, уз фойдаларига ажратиб оладилар. Шундай қилиб, мулк, бир томондан, объектнинг муайян одамларга тегишлилигини белгиласа, иккинчи томондан, нарсалардан фойдаланиш бўйича одамлар орасидаги муносабатни белгилайди.

Мулкка бўлган муносабат одамлар «бу меники», «бу менга тегишли», «бу сеники эмас», «бу бизники», «бу сизники эмас», «бу бегона» деб таъкидлаганларида яққол намоён бўлади. Куръоннинг дастлабки оятларидаёқ «бировнинг мулкни олиш харомдир», деб таъкидланиши мулк ҳуқуқининг муқаддас эканлигини курсатиб утади!

Шундай қилиб, мулкнинг муносабатларида ҳар доим икки томон мулк субъекти ва мулк объекти иштирок этади.

Мулк субъекти ёки мулкдор — мулккий муносабатларнинг актив томони, актив асосини ифодалайди. Булар одамлар, мулк объектига эгалик қилувчи, ундан фойдаланувчи, уни бошқарувчи шахслар. Таъкидлаш жоизки, мулк субъектсиз булиши мумкин эмас, мулкдорсиз мулк йўқ. Шу нуқтаи назардан қараганда «ҳеч кимники эмас» деб юритиладиган кенг тарқалган ибора умуман олганда, маънога эга эмас. Агар предмет ҳеч кимники бўлмаса, демак у умуман мулкни ифодаламайди. Ҳеч кимники бўлмаган мулк — бу мулк эмас. Дейлик, осмон, юлдузлар, қуёш ҳеч кимга тегишли эмас ва мулк ҳисобланмайди. Ўз эгасини йуқотган, ҳужайинсиз объектлар, нарсалар, буюмлар эса, мулк булишни тўхтатгандирлар.

Мулк объекти — мулккий муносабатларнинг пассив томони булиб, табиат предметлари, моддалар, энергия, маълумот бутунлай ёки қисман мулкдорга тегишли бўлади. Умуман, мулк объекти булиб мулкдор, мулк субъекти эгалик қиладиган ҳамма нарса ҳисобланади. Қушимча мулк объекти қисқача қилиб мулк деб аталади.

Мулк объекти ва субъекти тушунчасини киритиб, биз мулкни унинг объекти ва субъекти орасидаги уларни узаро боғловчи муносабат сифатида таърифлаш имкониятига эга бўламиз.

Мухими шундаки, мулк бир вақтнинг узида ҳам иқтисодий, ҳам ҳуқуқий тушунчадир.

Мулкнинг иқтисодий томони шундан иборатки, хужалик юритишнинг усуллари, мулк объектларидан иқтисодий мақсадларда фойдаланиш, мулк объектини самарали, фойдали, тежамли қўллаш, уни сақлаш, купайтириш ҳақида мулк субъектининг гамхўрлик қилиши қўп жиҳатлардан мулкнинг шакли ва муносабатларига боғлиқ бўлади.

Мулкнинг ҳуқуқий томони мулк субъектида шу мулкка эгалик қилиш, бошқариш ва улардан ўз хоҳишича фойдаланиш имкониятларини кафолатловчи муайян ҳуқуқий имкониятларнинг мавжудлиги кўринади. Мулк ҳуқуқи мулкни бошқа шахсларнинг тажовуз қилишидан сақлайди, мулкни тақсимлаш, бўлиб олиш, бир объектга бир неча киши эгалик қилиш

ҳолларида пайдо буладиган муносабатларни тартибга солиб туради. Мулкнинг ҳуқуқий томони тарихда тулиқ ҳолда хусусий мулкка нисбатан Рим ҳуқуқий кунринишида ташкил топган ва кузга ташланиб турган.

Табиий савол тугилади: «Деярли барча олам (осмондаги юлдузлар, планеталар қисман дунё океанидан ташқари) мулкнинг қайсидир белгиларига кура қисмларга ажратилган яхшими ёки ёмонми?» Бу — ҳам яхши, ҳам ёмон. Яхши томони шундаки, нарса улар ҳақида гамхурлик қилиши, уларни сақлаши, эҳтиётлаши, оқилона фойдаланиши керак булган хужайинга эга булади, бунинг ёмон томони эса мулкка эгалик қилиш учун тортишувлар, жанжаллар, ҳатто урушлар руй беради. Бундан ташқари одамда ёқимсиз юлғичлик ҳиссиёти, мулкни «ўз томонига оғдиришга» интилиш пайдо булади. Бироқ мулксиз амалда иқтисодийни ташкил этиш, тартиб урнатиш, иқтисодий муносабатларни бошқариш мумкин эмас.

Шундай қилиб, хулоса қилиш мумкинки, мулк тушунчаси ута мураккаб, купқиррали тушунчадир.

- ?
- 1) Мулкка таъриф бера оласизми?
 - 2) Мулк объекти ва субъектини қандай тушунаси?
 - 3) Мулкнинг иқтисодий ва ҳуқуқий томонлари нималардан иборат?

3.3. МУЛК ОБЪЕКТИ ВА СУБЪЕКТИ

Мулк субъекти. Мулк субъектларининг жуда ҳам куп турлари мавжуд. Улар ҳақида қисқача тухталиб утамиз.

Одам, шахс — мулкнинг энг куп маълум булган субъектидир. У аввало ўзининг гавдаси, ўзининг қобилияти, ўзининг ишчи кучига эга. Мулкнинг купгина объектлари шахсан ҳар бир одамнинг ўзига тегишли.

Оила ҳам кенг тарқалган мулк субъектидир. Бир оиланинг ҳамма аъзолари биргаликда тенг ёки улушли асосда оила мулкига эгалик қиладилар. Бироқ оилада ҳам фойдаланилаётган мулк объектларнинг бир қисми шахсий, индивидуал мулк булиши мумкин.

Ижтимоий гуруҳлар — жамоалар, фондлар,

партиялар ҳам уюшган ҳолда мулкка эгалик қиладилар.

Корхона меҳнат жамоаси — бир корхонанинг иш жойи умумий булган ишчилар бирлашмаси булиб, ягона жамоа мулки эгаси сифатида иштирок этади. Муайян ҳудуднинг аҳолиси шу ҳудудда жойлашган баъзи бир объектларнинг (кўпгина табиий объектларнинг) умумий мулкдорлари булиши мумкин.

Мамлакат халқи умумий халқ мулкани ифодаловчи мамлакат миллий бойлигининг бир қисмига мулкдор сифатида иштирок этади.

Барча даражадаги бошқарув органлари (корхона раҳбарларидан тортиб мамлакат ҳукуматигача — ҳаммаси) идора қилувчи мулкдор вазифасини бажарадилар, улар бир қатор мулк объектларидан фойдаланиш ҳуқуқи ва имкониятларига эга буладилар.

Мулк объекти. Умуман олганда ер юзидаги ва ҳатто бутун оламдаги ҳамма борлиқ нарсалар мулк объекти булиши мумкин. Туғри, биз айтиб утганимиздек, одамларнинг узи, унинг ҳаёти, қобилияти, интеллект фақат одамнинг ўзига тегишли. Акс ҳолда биз кулликни қонунлаштирган буламиз.

Мулк объектларининг қуп сонли турлари мазмуни ва таркибини чуқурроқ ўзлаштириш, сезиш ва кўриш учун уларнинг асосийларини эслаб ўтамиз.

Ер, ер участкалари, майдонлар, ер-сувлар энг кенг тарқалган мулк объекти кўринишларидан булиб, улар турли хил субъектлар томонидан хилма-хил иморатлар, иншоотлар, коммуникациялар жойлаштириладиган майдонлар сифатида, шунингдек, экин экиш, чорвачилик билан шуғулланиш, инсон учун зарур хомашеларни қазиб олиш учун фойдаланилади.

Табиий бойликлар мулк объектларининг яна бир хилини ташкил этади, у барча усимлик ва ҳайвонот дунёсини, фойдала қазилмаларни, сув бойликларини, ҳаво муҳитини уз ичига олади.

Ижтимоий-маданий аҳамиятга эга булган бинолар одамлар томонидан яратилган бойликлар таркибидаги йирик мулк объектларини ифода қилади.

Асосий ишлаб чиқариш воситалари, ишлаб чиқа-

риш бинолари, иншоотлари, асбоб-ускуналари, машиналари, агрегатлар қуринишида ишлаб чиқаришда бевосита иштирок этади ва мулк объектларининг катта қисмини ташкил этади.

Моддий ашёвий бойликлар — бу мулк объектларининг жуда ҳам хилма-хил қуринишларидан бўлиб, уларга ишлаб чиқариш соҳасида булган ва фойдаланиладиган бойликлар (материал, хом ашё, энергия) билан биргаликда ижтимоий соҳада қулланиладиган бойликларни (кундалик турмушда ишлатиладиган предметлар, кийим-бош, уй анжомлари ва шу кабилар) ҳам киради.

Пул, валюта, қимматбаҳо қоғозлар ҳам мулк объектларидан биридир, улар шу билан характерланадики, уларда моддий-ашёвий асослар эмас, қиймат асослари асосий роль уйнайди, яъни улар пул, бойликларда мужассамланган мулкдир.

Қимматбаҳо буюмлар — олтин, кумуш, платина, олмос, бриллиантлар — мулк объектларининг алоҳида тури бўлиб, уларнинг ашёвий томони ҳам қиймат томони ҳам муҳимдир.

Маънавий-интеллектуал, информацион ресурслар ва маҳсулотлар инсон ақлининг, тафаккурининг маҳсули бўлиб, мулк объектининг жуда ҳам махсус турини ифода этади. Унинг асосий қиммати маълумот сифатида, асос қилиб олинган гоёнинг самарадорлигида мужассамлашади. Интеллектуал мулкнинг объектлари — илмий ижод, адабиёт, санъат асарлари, кашфиётлар, ихтиролар, лойиҳалар, маълумотлар ва шу кабилардир.

Ишчи кучи — одамларнинг узида туғилишидан мавжуд булган меҳнат фаолиятига қобилияти, меҳнат қилиш имконияти, унинг узи учун шахсий, индивидуал мулк объекти ҳисобланади.

- ?
- 1) Мулк субъектлари деганда нимани тушунасиш? Мисоллар келтиринг.
 - 2) Мулк объекти деганда нимани тушунасиш? Мисоллар келтиринг.
 - 3) Маънавий-интеллектуал, информацион ресурслар ва маҳсулотлар мулк объекти буладими? Жавобинингизни асосланг.

3.4. МУЛК ШАКЛЛАРИ

Мулк шакллари деб аввало шу мулкнинг эгаси ким эканлиги билан белгиланадиган турларига айтилади. Мулк шакли турли хил мулк объектларини табиатнинг қандайдир битта, ягона умумий субъектига — одамга, оилага, гуруҳга, жамоага ва шу кабиларга тегишли эканлигини англатади.

Биринчи қарашда, бу таърифдан гуёки юқорида санаб утилган мулк субъектлари қанча булса, шунча мулк шакллари мавжуд булади, яъни мулкнинг шахсий, оилавий, гуруҳий, жамоа, ҳудудий, халқ мулки шаклларини фарқлаш керак деб тушуниш мумкин. Ҳақиқатда эса мулк шаклларининг анча торроқ мажмуасини ажратиш қабул қилинган. Баъзан мулк шакллари фақат икки турга — хусусий ва давлат мулки шаклига келтирилади. Бу эса уларни урғанишни соддалаштиради.

Баён қилинганга асосланиб, диққатимизни шундай мулк шаклларига қаратамизки, биринчидан улар фанда ва амалиётда кенг эътибор топган, иккинчидан улар энг кўп тарқалган булсин.

Хусусий, шахсий, индивидуал мулк деб шундай мулкка айтиладики, унга нисбатан мулкдор алоҳида шахс, индивидуум булиб ажралиб туради.

Бошқача қилиб айтганда, шахсий мулкка эгалик қилиш ҳуқуқи бир одамгагина берилади. Бироқ кўпинча оила мулкини, гарчи у оила аъзолари орасида ҳамма вақт булинавермаса ҳам, шахсий мулкка киритилади.

Эски адабиётларда, марксизм-ленинизм принципларига эргашиб, мулкларни шахсий ва хусусий деб ажратиш қабул қилинган эди, лекин бундай ажратиш анча шартли характерга эгадир.

Мулкнинг бу икки шакли тарафдорлари хусусий мулкка шахсий мулкдан фарқли равишда мулк эгаси бевосита ўз эҳтиёжи учун ишлатилмайдиган, умуман олганда фойдаланиладиган буюмлар ва ишлаб чиқариш воситаларини киритадилар.

Иқтисодист нуқтаи назаридан хусусий мулк деб айтилганда иқтисодий жараёнларга таъсир курсатадиган асосий мулк шакли тушунилади, шахсий мулк эса

кўпроқ шахсий эҳтиёжни белгилайди ва иқтисоддан кўра кўпроқ социологияга тааллуқли булади.

Давлат мулки ва хусусий мулк орасидаги уринларни жамоа, жамоа мулк эгаллайди. Қатъий қилиб айтганда, оила мулки ҳам қўшимча мулк ҳисобланади. Одатда, жамоа мулкнинг субъекти ижтимоий гуруҳлар, меҳнат жамоалари, аҳоли ҳисобланади.

Жамоа мулки кичик гуруҳлардан тортиб то умумхалқ қуринишигача ёйилади. Бунда мулк субъектининг шахсийлаштирилиши ёйилиб кетган бўлиб, мулкка эгалик ҳуқуқи ҳамма фуқароларга, мамлакат аҳолисига, халққа берилади. Шу билан бир вақтда умумхалқ мулкида шахс мулкдор сифатида гавдаланмайди дейиш тўғри булмайди. Умумхалқ мулки — бу ҳаммага биргаликда ва ҳар кимга алоҳида тегишли мулкдир, яъни жамиятнинг ҳар бир аъзоси муайян даражада мулк ҳуқуқига эга булади. Бу нарса фақат ҳар бир одамга мулкнинг бирор қисми ажратиб берилганини эмас, балки аниқ даражада маълум шартларда ҳар бир одам умумхалқ мулкнинг муайян объектига эгалик қилиши мумкинлигини аңлатади. Масалан, урмондаги қузиқорин, мевалар, дарёдаги балиқлар, денгиз буйидаги чумилиш жойларини умумхалқ мулкига киритиш уринлидир. Лекин сиз урмондан топиб олган қузиқоринингиз, дарёдан тутиб олган балигингиз — сизнинг мулкингиздир.

Юқорида айтилган фикрлар фақат умумхалқ мулкига тааллуқли булмай, жамоа мулкнинг бошқа қуринишларига ҳам тегишлидир. Чунки уларда у ёки бу маънода шахсий ва умумий асослар бирлашиб кетади. Шунинг учун у ёки бу даражада мулкнинг аралаш шакли гавдаланади. Бундай «аралашлик» даражаси турлича бўлиши мумкин. Масалан, айрим ҳолларда жамоа мулкни «ҳаммаси ҳаммага тегишли» принципдан келиб чиқиб, уни булмайдилар. Бундай принцип «халқ корхоналарида» қўлланилади. Бошқача ҳолларда мулк улушлари ажратилади, натижада «жамоаулуши» мулк шаклига айланади. Агар бу улуш мулкдор томонидан ажратилиб олинса, у хусусий мулкка айланади.

Купгина ҳолларда улушли мулкка эгалик фақат

унинг объекти қийматига эгалик қилишни ифода-лайди ёки мулк объектини бошқаришда қатнашиш ҳуқуқини беради. Лекин мулкдор уз улушини моддий, ашёвий ҳолда ажратиб олиш, «узиники»ни олиб кетиш ҳуқуқига эга эмас. Масалан, акционер акцияга эгалик қилади, у акцияларни сотиши, улардан даромад олиши, акционер корxonани бошқаришда иштирок этиши мумкин, лекин у акционер корxonанинг уз акциясининг қийматига мос қисмини узига ажратиб олиш ҳуқуқига эга эмас. Масалан, унга бирор станок олиб кетишга йул қўйилмайди. Ҳаттоки у станокларнинг қайси бири унга тегишли эканлигини билмайди, билиши керак эмас ва мумкин ҳам эмас. Акционерлик жамияти, акциялар, акционер каби тушунчалар ва акционернинг ҳақ-ҳуқуқлари туғрисида кейинги бўларда батафсил танишамиз.

Жамоа мулки, хусусан, умумхалқ мулки баъзан терриориал белгилар буйича ҳам ажратилади. Бу ҳолда регионал (худудий) мулк ва муниципал (маҳаллий) мулк шакллари кўриш мумкин. Мулкнинг бундай шаклларга ажратилиши яна шундай ҳолат билан изоҳланадики, уларни маълум маънода шу территориядаги ҳокимият органлари, дейлик маҳаллий ҳукумат бошқаради. Яна ҳам кўпроқ тарқалган мулк шакли давлат мулки бўлиб, кўпинча унга регионал ва муниципал мулкларни ҳам киритиб ҳисобланади. Одатда, давлат мулкнинг субъекти сифатида давлат қатнашади деб ҳисоблаш қабул қилинган, лекин бунда «давлат» тушунчаси нимани англатиши аниқ эмас. Давлат органлари (хоҳ қонун чиқарувчи, хоҳ ижрочи) бошқариш ҳуқуқига эга бўлган мулк объекти давлат мулки ҳисобланади дейиш анча ҳақиқатга яқин бўлади.

Шуни таъкидлаб утиш керакки, давлат мулки билан умумхалқ мулки уртасида аниқ бир чегара урнатиш бирмунча қийиндир.

- 1) Мулк шакллари деб нимага айтилади?
- 2) Шахсий индивидуал мулк деб нимага айтилади?
- 3) Мактаб, мактаб боғидаги уриklar қандай мулк шаклига кирди?

3.5. МУЛК МУНОСАБАТЛАРИ

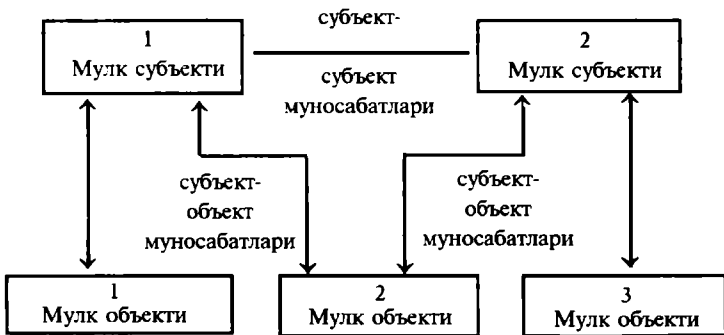
Мулк муносабатлари деб юқорида санаб утилган объектлар туфайли пайдо буладиган муносабатларга айтилади. Бундай муносабатларнинг икки хилини фарқлай билиш керак.

Биринчи томондан, бу муносабатлар мулкдорнинг мулк объектига булган, яъни ашёвий муносабатлардир. Уларни «субъект-объект» муносабатлари деб аташади. Чунки улар мулк субъекти билан мулк объекти уртасидаги муносабатлардир.

Иккинчи томондан, бу муносабатлар мулкдорлар орасида мулкка у ёки бу томоннинг ҳуқуқини белгилаб берувчи муносабатлардир.

Мулkning объекти ва субъекти мавжудлиги ту-

Мулк муносабатларининг умумий тарҳини қараб чиқамиз:



файли мулкдорлар уртасида уларнинг ашёвий узаро алоқаларини акс эттирувчи иқтисодий муносабатлар пайдо булади. Бундай муносабатлар «субъект-объект» муносабатлари дейилади.

Одамлар уз ишлаб чиқариш фаолиятида ва кундалик ҳаётида куплаб предметларни, буюртмаларни оладилар, узлаштирадилар ва унга мулкдор сифатида эгаллик қиладилар. Бу ашёвий муносабатлардир. Бундан ташқари одамлар ва одамлар гуруҳи предмет ва нарсаларни узаро булишиш билан бир қаторда уларни қулдан қулга утказадилар, мулккий жанжалларга кириша-

дилар, давлат мулкани хусусийлаштирадилар ва ҳатто, ашёвий бойликларни уғирлайдилар. Буларнинг ҳаммаси мулк туфайли мулкдорлар орасидаги муносабатлардир.

Субъект-объект муносабатлари, яъни ашёвий, мулкдор билан мулк объектлари орасидаги муносабатлар ҳақида бирмунча тулароқ тўхталиб ўтамиз.

Қадимги Рим ҳуқуқи бундай муносабатларнинг уч турини — эгалик қилиш, бошқариш ва фойдаланишни фарқлай олган эди. Эгалик қилиш — объектнинг ҳуқуқий жиҳатдан муайян субъектга тегишли эканлигини ифодаловчи биринчи бошланғич мулк муносабати шаклидир. Эгалик қилиш мулкдорнинг ҳамма вақт ҳам тула амалга оширмайдиган, баъзан қандай амалга оширишни билмайдиган, номинал ҳуқуқидир.

Баъзи Туркистон бойлари мулкка эга бўлиб, улар ҳақида ноаниқ тасаввурга эга бўлишган, мулкни бошқариш билан иш бошқарувчилар шугулланган. Умумхалқ мулкига эгалик ҳуқуқини моддий томондан қандай амалга ошириш мумкинлигини ҳамма одамлар ҳам билавермайдилар.

Бошқариш мулк объекти ва субъекти уртасидаги муносабатларни амалга оширишнинг бирмунча ашёвий, аниқ усули бўлиб, номидан куруниб турганидек, субъект, мулк объектини бошқариш ҳуқуқига эга бўлади. Бошқарувчи мулкдор объектга нисбатан хоҳлаган усул билан муносабатга киришиши, уни бошқа бир субъектга бериш, шаклини ўзгартириш, ҳатто агар қонунга хилоф бўлмаса, уни йўқ қилиш ҳуқуқига эгадир.

Умуман олганда бошқарувчи мулкдор мулк объектини бошқариш ҳуқуқини мулк эгасидан олиши керак, лекин бу қоида доим ҳам бажарилавермайдилар. Баъзи ҳолларда бошқарувчи мулкдор мулк эгасининг урнини вақтинча эгаллайди ва гуё унинг номидан ҳаракат қилади. Масалан, жуда кўп ҳолларда давлат органлари халқдан ваколат олмаган ҳолда умумхалқ мулкни бошқарадилар.

Фойдаланиш мулк объектини белгиланган мақсадда фойдаланувчининг ихтиёри ва хоҳишига мос равишда қўллашни англатади. Агар мулкдор фойдаланувчи унинг эгаси ёки мулк объектини бошқарувчи

булмаса у фойдаланишни фақат мулкнинг эгаси қўйган шартларга мос ҳолда амалга ошириши лозим. Масалан, сиз меҳмонга келгач, стул ёки диванга утиришга таклиф қилишларини қўтиб турасиз. Шунга ухшаш, бегона нарсалардан фойдаланиш учун, унинг эгаси рухсат беришини сўраш керак булади. Шу билан бир вақтда, масалан, тоқарь станокдан фойдаланиш учун мулкни бошқарувчиси сифатида иштирок этаётган устанинг курсатмасини кутади.

Эгалик қилиш, бошқариш, фойдаланиш билан бир қаторда мулк муносабатларига мулк объектини сақлаш ва оқилона қўллаш учун жавобгарликни ҳам киритиш керак. Бошқарувчи — мулк эгаси олдида, фойдаланувчи эса бошқарувчи ёки мулк объекти эгаси олдида жавобгар бўлиши керак.

Мулк муносабатлари аввал айтиб ўтганимиздек, фақат одамлар ва мулк объекти орасидаги муносабат булмасдан, балки предметга мулкчилик туфайли бўлинадиган одамлар орасидаги муносабат ҳамдир. Бундай муносабатларнинг икки тури мавжуд.

Биринчи тури — мулкчиликнинг биргаликда кучга кириши туфайли пайдо бўлган янги яратилган мулкни тақсимлашдир. Биз юқорида бундай иқтисодий жараён ҳақида янги яратилган иқтисодий маҳсулотни тақсимлаш кўринишида эслатиб ўтган эдик. Маҳсулотнинг узи тақсимланадими ёки унинг қийматими, ёки унга олинган пулми — булардан қатъи назар ҳамма ҳолларда маҳсулотнинг қисмларини мулкдорларга биркитиш юз беради. Натижада, янги яратилган маҳсулот қисмига давогарлик қилувчи ҳамма шахслар мулк сабабли ўзаро муносабатга киришадилар. Муносабатларнинг иккинчи тури аллақачон мавжуд бўлган мулкни қайта тақсимлаш, мулкдорни алмаштириш туфайли вужудга келади. Масалан, мулк объекти мерос қолдирилиши, совга қилиниши, харидорга сотилиши, бошқарувчининг хоҳиши билан қайта тақсимланиши мумкин. Бунда купинча мулк шакли ҳам ўзгаради. Масалан, хусусийлаштириш жараёнида мулкнинг давлат шаклидан нодавлат шаклига, дейлик хусусий мулк шаклига ўтади. Олдинги ва булажак миқдорлар орасидаги муносабат бу ҳолда мулк муносабатларидир.

- ?
- 1) Мулк муносабатлари деб нимага айтилади?
 - 2) «Субъект-объект» муносабатлари деб қандай муносабатларга айтилади?
 - 3) Предметга мулкчилик туфайли буладиган одамлар орасида муносабатлар турларини айтинг.

3.6. МУЛК ВА ЭКСПЛУАТАЦИЯ

Ишлаб чиқариш жараёнида, одамларнинг меҳнат фаолиятида ишлаб чиқариш асосий омиллари — ишчи кучи, меҳнат воситалари, меҳнат қуролларининг бирлашуви юз беради. Агар бу омилларнинг ҳаммаси бир одамга тегишли булса, у ҳолда меҳнат маҳсули ҳам унинг узига тегишли, унинг мулки булиши керак. Гарчи бу ҳолда ҳам давлат органлари мулкнинг бир қисмини давлат, жамият фойдасига олиб қўйишлари мумкин ва бу билан мурося қилиш керак булади.

Агар ишчи кучи бир одамга, ишлаб чиқариш воситалари — капитал эся бошқа бировга тегишли булса, аҳвол мураккаблашади. Бу ҳолда яратилган қиймат ва мулк қисмининг ишлаб чиқариш воситалари фойдасига тортиб олиш, айниқса у ҳаддан ташқари юқори даражада булса, бегона меҳнатни эксплуатация қилиш деб ҳисобланади. Афсуски, иқтисодий назария капитал эгаси ишчи меҳнати туфайли яратилган маҳсулотнинг қандай қисмини узига олиб қолиши мумкин, унинг чегараси қандай, қачондан бошлаб эксплуатация ҳақида гапириш мумкин деган саволларга аниқ жавоб бериш имкониятига эга эмас.

К. Маркснинг фикрича, ишчи сарф қилган меҳнатдан қўшимча қиймат деб аталган миқдорча купрок булган қиймат билан маҳсулот яратади. Уларнинг айтишича, агар ишлаб чиқариш воситалари эгаси қўшимча қийматнинг ҳаммасини ёки катта қисмини ўз фойдасига олиб қолса, ишчи меҳнатининг эксплуатацияси бор дейиш мумкин. Таъкидлаб утамизки, ишлаб чиқариш воситалари эгаларининг ишчиларни эксплуатация қилиши мулкдорнинг капиталистми, акционерми ёки давлат органими эканлигига боғлиқ булмади, балки қўшимча қийматнинг қандай қисми олиб қолинишига боғлиқ булади.

Эксплуатация муаммоси биринчи тасаввуримизга қараганда анча мураккаброқдир. Баъзан ишчи уз хо- хиши билан, биров мажбур қилмасдан ҳам ишга шун- ча куч сарфлайдики, уз-узини эксплуатация қилиш содир булади. Бошқа ҳолларда капиталист узига шун- дай уз ишчиларига гамхурлик қилиш ва таваккалчи- лик ташвишларини оладики, амалда ишчилар уни эк- сплуатация қиладилар.

Яратилган маҳсулотни қандай тақсимлаш керак. Иқтисодий муносабатлар ҳақида гапиргани- мизда таъкидлаб ўтдикки, бу муносабатлар купинча янги яратилган маҳсулотни ёки уни сотишдан олин- ган пулни тақсимлаш туфайли вужудга келади. Агар ишчига яратилган маҳсулотни тақсимлаш натижасида старли булмаган ҳаддан ташқари кам қисми берилса, у уз меҳнати эксплуатация қилинган деб ҳисоблаши мумкин. Шу туфайли «Яратилган маҳсулотни қандай тақсимлаш керак?» деган савол туғилади.

Бу саволга жавоб беришдан аввал, очиқ-ойдин тан оламизки, на иқтисодиёт назарияси, на амалиёт янги яратилган маҳсулотни унинг яратувчилари орасида адолатли тақсимлаб берилишининг мукамал йул-йу- ригини бериш имкониятига эга эмас. Дарвоқе, адо- латли тақсимлаш деб нимани тушуниш ҳақида ҳам ягона фикр йўқ. Шундай булса ҳам нималардир де- йиш мумкин ва керак.

Биринчидан, янги яратилган маҳсулотга даъво қи- лиш ҳуқуқига уни яратишда фойдаланилган ҳамма ишлаб чиқариш омиллари, яъни ишчи кучи, ишлаб чиқариш воситалари, капитал, интеллектуал мулк мулкдорлари эгадирлар.

Иккинчидан, янги яратилган маҳсулотни тақсим- лашнинг тартибини, улар ўзаро келишиб олишлари лозим. Энг яхши ва ишончли рецепт шундан иборат- ки, унда булиш иштирокчилари орасида ўзаро бир- бирини тушуниш ва розилик булади.

- ? 1) Эксплуатация деганда нимани тушунасиш?
2) Капиталистни ишчилар эксплуатация қилиши мумкинми? Жа- вобингизни мисоллар асосида тушунтиринг.
3) Яратилган маҳсулотни қандай қилиб тақсимлаш керак?

3.7. ХУСУСИЙЛАШТИРИШ ҲАҚИДА

Хусусийлаштириш деб, давлат мулкидан хусусий мулкка ўтиш, давлат корхоналари мулкани меҳнат жамоалари, айрим фуқаролар томонидан акционер жамоа, хусусий корхона ва объектларга айлантирилиш йўли билан сотиш ёки бепул ўтказиб бериш тушунилади.

Давлат мулкнинг бир қисмини хусусийлаштириш — бозор иқтисодиётига ўтишнинг табиий натижасидир. Социализм даврида асосий ишлаб чиқариш воситаларига давлатнинг мулкдорлиги ва хусусий мулкнинг деярли таъқиқланганлиги, одамларнинг мулкчилик объектларини сақлаш, қўпайтириш ва самарали фойдаланиш ҳисини йўқотишга олиб келди. Натижада ишлаб чиқаришнинг паст самарадорлиги, иқтисодий ресурслардан қониқарсиз фойдаланиш ва катта исрофгарчилик ҳоллари юз берди ва оқибатда бутун иқтисодиёт кўрсаткичларининг пасайишига олиб келди.

Ўзбекистонда хусусийлаштириш бир неча йиллар давомида амалга оширилиши мўлжалланган ва у давлат мулкани хусусийлаштириш ҳақидаги қонунга ва хусусийлаштириш бўйича давлат дастурига кура ўтказилмоқда. Уйлаб қўйилган режага кура энг аввал катта булмаган савдо, аҳолига маиший хизмат кўрсатиш ва қурилишлар корхоналари хусусийлаштирилди. Бир вақтнинг ўзида уй-жойларни хусусийлаштириш бошланди. Ерни ва йирик корхоналарни хусусийлаштиришга биринчи қадамлар қўйилди. Давлат мулкани хусусийлаштириш ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш комитети тузилди ва бу комитет ўз фаолиятини босқичма босқич амалга оширмоқда.

Қонун бўйича корхоналарни хусусийлаштиришнинг турли усуллари назарда тутилган. Булар — акционерлик жамиятига ўтиш, давлат мулкани танлов бўйича аукционларда сотишлардан иборатдир. Давлат корхоналари жамоаларга мулкдор бўлиш ва акцияларга эгалик қилиш учун муайян имтиёзлар, қўшимча имкониятлар яратилган.

Мамлакатимизда хусусийлаштиришни жадаллаштириш мақсадида ПИФ (пайли инвестиция фонди) ташкил қилинмоқда.

Ундан ташқари хусусийлаштиришда Республика фонд биржасининг ва унинг жойлардаги фирмаларининг аҳамияти каттадир. Улар орқали хусусийлаштирилаётган корхоналарнинг акцияларини сотиб олиш имконияти барча аҳоли учун бароварлашмоқда.

Акционерлар акцияларнинг хусусий мулкдори ва жамоа мулкнинг хужайини булиб қоладилар.

- ? 1) Хусусийлаштириш деганда нимани тушунасиш?
2) Социализм даврида мулкчиликнинг қандай қуриниши ҳукм сурган?
3) Ўзбекистонда хусусийлаштириш қандай боряпти?

Х у л о с а

Бу бобда сиз қандай қилиб мулкчилик пайдо бўлгани, мулк, мулкдор сузларининг маъноси, эксплуатация, давлат мулкни хусусийлаштириш ҳақида ўқидингиз. Кейинги бобларда биз сиз билан бизнес ҳақида суҳбатлар юритамиз.

М а ъ р у з а в а р е ф е р а т л а р

1. Синфингизда уртоқларингиз билан «Мулкчилик» деган темада маъруза ёзинглар. Ҳар бирингиз маърузаларда мулкчиликнинг турли қуринишларини ёритинг.

2. Ўзбекистонда хусусийлаштириш муаммоларини ёритадиган реферат мавзуини танланг ва ёзинг.

Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар:

мулк
мулк субъекти
мулк объекти
мулк муносабатлари
шахсий мулк
хусусий мулк
жамоа мулки
давлат мулки
эгаллик қилиш
хусусийлаштириш
эксплуатация



4-606
БНЗНЕС
ТАБЪНКОРДАН
БОШАНААН

БИЗНЕС ТАДБИРКОРДАН БОШЛАНАДИ

1. Ким тадбиркор була олади?
2. Бизнесга кириш.
3. Тадбиркорлик нимадан бошланади?
4. Фирманинг устави ва таъсис шартномаси.
5. Фирма ва тадбиркорликнинг бизнесдаги урни.
6. Хусусий фирма ва ширкат.
7. Акционерлик жамияти.
8. Давлат ва муниципал фирмалар. Фирмалар ша-хобчаси ва бирлашмалар.
9. Корхоналарнинг улчамлари ва маҳсулотларига қараб фарқлари.
10. Фирмаларнинг бизнес тизимидаги урни.
11. Фирмага жой танлашда қандай омилларга эътибор бериш керак?
12. Технология қандай булиши керак?
13. Фирма фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
14. Самарадорлик ва рентабеллик тушунчалари билан дастлабки танишув.

4.1. КИМ ТАДБИРКОР БУЛА ОЛАДИ?

Гиннеснинг рекордлар китобида бошқа соҳаларга оид рекордлар орасида дунёдаги энг бой оила Дюмонлар оиласи туғрисидаги маълумотни учратишимиз мумкин. Унда Американинг «кимё қироли» томонидан асос солинган бу оиланинг назоратидаги мулк 150 млрд. долларни ташкил қилади деб келтирилган.

Миллиард долларнинг қай даражада куп пул эканлигини тасаввур қилиш жуда ҳам қийин. Америкадаги ишчи шундай бойликка эриша оладими? Ҳисоб-китобларга қараганда, америкалик ишчи бир миллиард доллар пул топиш учун 3 миллион йил яшаши керак булар экан.

Унда бу даражадаги улкан даромадларга қандай қилиб эришилади? Бу саволга жавоб бериш учун тад-

биркорлик (бизнес) деган тушунча билан яқиндан та-нишишимиз керак.

Тадбиркор — бу ишлаб чиқариш ва тижорат-нинг барча зарур омилларидан бойлик яратиш учун фойдаланадиган одамдир (1.2-расмга қаранг). Бу анча кенг таърифга яратувчиликнинг купгина соҳалари би-лан шуғулланувчи одамлар туғри келади.

Тадбиркорга қўйиладиган талаб моддий бойликлар яратувчи бошқа оддий одамларга қўйиладиган талаб-ларга қараганда анча кенгдир. Масалан, сиз дурадгор-сиз дейлик. Сиз эшик, дераза ва бошқа анжомлар ясашга устаси фаранг бўлишингиз мумкин. Лекин агар сиз тадбиркорлик билан шуғулланишни бошла-сангиз, сиз бу анжомларни ишлаб чиқаришдан ташқ-ари:

- олди-сотди;
- маркетинг;
- бошқариш;
- ҳисоб-китоб;
- молиялаштириш;
- кадрлар иши билан ҳам шуғулланишигизга туғ-ри келади.

Сизга бунинг учун:

- улкан фидокорлик;
- меҳнатсеварлик;
- чуқур фикрлаш ва дунёқарашнинг кенглиги;
- доимо ўзгариб турадиган шароитда ишлаш учун мослашувчанлик;

- дастлабки пайтларда камроқ эътибор беришин-гизга туғри келадиган оилангизнинг сизни қўллаб-қув-ватлаши;

- сизни ва сизнинг оилангизни, дастлабки тад-биркорлигингиздан тушадиган даромадларингиз кам-роқ булган даврда таъминлаб туриш учун зарур бул-ган маълум миқдордаги маблағлар;

- таваккал қилиб ишлаш ва ҳ.к. шунга ўхшаган талабларга жавоб бериш керак бўлади.

Бу каби фазилатларга эга тадбиркорлар, албатта, катта-катта ишлар қилишга қодир. Тадбиркор шу ху-сусиятларни ўзида мужассамлаштирган бўлиши шарт. Агар сизда бу фазилатларнинг баъзилари йўқ бўлса

хафа булманг. Умуман, баъзи одамлар уз ҳаётида ҳеч нарсани узгартиришни хоҳламайди, баъзиларини жавобгарлик масъулияти қурқитади, яна бошқалар эса буйсуниш ва бажаришга мойилдирлар.

- ?
- 1) Дунёдаги яна қайси бой одамларни биласиз, уларни нима учун бой булганини уйлаб қурганмисиз?
 - 2) Тадбиркорнинг моддий бойлик яратуви олдий одамдан нима фарқи бор?
 - 3) Тадбиркор сизнингча қандай хусусиятларга эга бўлиши керак?

4.2. БИЗНЕСГА КИРИШ

Тадбиркорларнинг иқтисодиётдаги барча тармоқлар ва умуман ҳаётдаги фаолиятига бизнес дейилади. Шу сабабли, одатда тадбиркорларни ҳақли равишда бизнесменлар деб ҳам юритишади.

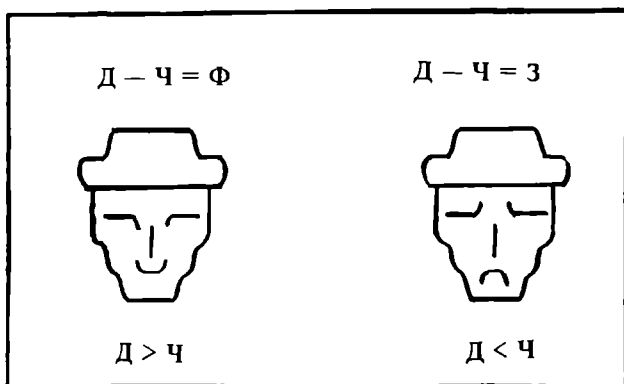
Бозор иқтисодиёти бизнесга асосланган иқтисодиётдир. Бизнесменлар уз манфаатини кузлайдилар, фойда олишга интиладилар ва бу йулда ҳар турли омиллар, манбалардан фойдалана оладилар. Улар ҳатарли ишга қул уришга тайёр, ташаббускор, ишнинг сиру асрорини биладиган, узаро иқтисодий алоқалар маданиятини эгаллаган буладилар. Уларнинг алоқалари ҳамма иштирокчилар ва жамият учун наф келтиради. Тадбиркорлик ишлаб чиқаришни ҳаракатга келтирувчи куч булиб, ишлаб чиқаришнинг туртинчи омилидир. Ёдингизда булса бу ҳақда биз сизга биринчи бобда айтиб утган эдик.

Тадбиркорликнинг асосий мақсади фойда олиш. Фойда нима? Айттайлик, сиз шлақоблок ишлаб чиқариш билан шуғулланмоқчисиз. Сизга бинони ижарага олиш, қуриш ёки харид қилиш, станоклар ва бошқа жиҳозлар, қум, цемент, шагал ва бошқа материалларни сотиб олиш, ишчиларни ёллаш учун ҳамда корхонани реклама қилиш учун маблағ керак. Шу мақсадларда сарфланган пуллар сизнинг чиқимингиздир. Чиқим — бу ишга сарфланган маблағлардир. Ишлаб чиқаришни йулга қуйганингиздан кейин сизга даромад, яъни махсулотни сотишдан тушган пуллар кела бошлайди. Қачондир сизга келаётган даромад чиқим-

ни қоплайди ва кейин ортади. Шу пайтдан бошлаб корхона сизга фойда келтира бошлайди.

Келгусида сиз яна турли чиқимлар қилишингиз: хом ашё сотиб олишингиз, сув ва электр энергиясига пул тулашингиз ва ишчиларга маош беришингиз мумкин.

Даромад билан чиқим уртасидаги ижобий (яъни маъқул, мусбат) фарқ фойда дейилади ва аксинча улар орасидаги салбий фарқ зарар дейилади (4.1-расмга қаралсин).



4.1-расм. Даромад, чиқим, фойда ва зарар.

Фойда олиш истаги корхона эгасини таваккалчиликка ундайди. Купроқ, фойда олиш мақсадида у купроқ чиқим қилади. Лекин ёнидаги бошқа фирма ҳам шу маҳсулотни ишлаб чиқара бошлаши мумкин. Агар бу фирманинг маҳсулоти уникидан арзон ва сифатли бўлса, у зарар куриши табиий. Умуман, бизнесда тadbиркор баъзан ютади, баъзан эса ютқазади.

- ? 1) Бизнес деб нимага айтилади?
2) Ишлаб чиқаришнинг туртинчи омили нима?
3) Фойда, чиқим ва даромад ҳақида нималар биласиз?

4.3. ТАДБИРКОРЛИК НИМАДАН БОШЛАНАДИ?

Замонавий шароитда Ғарбда тadbиркорликнинг барча турлари авж олмоқда. Бунга куп жиҳатдан дав-

лат корхоналарини хусусийлаштириш ижобий таъсир курсатди. Илгариги йирик бесўнақай давлат корхоналари ва компаниялари урнига кичик, чаққон, ҳар қандай шароитга тез мослаша оладиган хусусий корхоналар пайдо булди. Охириги йигирма йил ичида тадбиркорларнинг умумий сони Японияда деярли 2 баробар усган булса АҚШда 2,5 баробардан ҳам ортиқроқ усди. Бизнинг мамлакатимизда хусусийлаштириш ва кичик корхоналар сонининг усиш суръати айтиб утилган мамлакатларга қараганда бир неча мартаба юқори.

Бир ёки бир нечта кишилардан ташкил топиб, кичик бир маҳалла, район ёки шаҳарча аҳолисига хизмат курсатадиган корхоналар (масалан, кичик нон цеҳи, оёқ кийимларни таъмирлайдиган цеҳ, фотоателье) хизматидан барчамиз фойдаланамиз. Шунингдек, бир нечта мамлакатларда филиалларга эга ва бир нечта минг хизматчилар ишлайдиган йирик корхоналар (масалан, ДЭУ, Сони, Самсунг, Саламандер ва ҳоказо) ҳақида ҳам эшитган булишингиз керак.

Дунёнинг турли мамлакатларида ўз филиаллари булган катта завод, фабрикалар, кичкинагина саргарошхона-ю, кир ювиш цеҳи, банк, реклама агентлиги, телевидение буларнинг барчаси бизнесда фирма деган бир хил ном билан юритилади.

Айтайлик, сиз бир оз пул ишлаш мақсадида, ўз имкониятларингиздан келиб чиқиб бирор нарса (нон, сомса, ширинликлар) пиширибми, (шим, хотин-қизлар кўйлаги) тикибми, (суг маҳсулотлари, уй-рузгор буюмлари) тайёрлабми сотмоқчи булдингиз ёки қаҳвахона, дукон очмоқчи булдингиз. Сизнинг бу истагингиз асосида фирма ташкил қилса буладими?

Алоҳида корхона эгаси ёки қандайдир иш қилмоқчи булган кишилар фирма ташкил қилиши учун, аввал рўйхатдан утишлари зарур. Буни фирмани регистрация қилиш, яъни рўйхатдан утказиш дейилади.

Рўйхатдан утиш учун булажак фирма эгалари кўйидаги ҳужжатларни тайёрлаши керак:

— таъсис этувчилар, яъни тузувчи ва фирма эгалари номлари;

— булажак фирма номи ва манзилгоҳи;

— булажак фирма ва жамоатчилик (жамият) муносабатларини аниқловчи ҳужжат;

— фирма таъсис этувчилар орасида муносабатни аниқловчи ҳужжат.

Фирмани руйхатдан утказиш ҳақидаги қарор ким томонидан қабул қилинади? Албатта, район ёки шаҳар ҳокимияти томонидан. Энди охириги иккита ҳужжат ҳақида тухталиб утамыз.

- ? 1) Сизнингча йирик, бесунақай давлат корхоналаридан ихчам хусусий корхоналарнинг қандай афзаллиги бор?
- 2) Фирма деганда нимани тушунасиз?
- 3) Фирмани руйхатдан утказишда қандай ҳужжатлар тайерланиши керак?

4.4. ФИРМАНИНГ УСТАВИ ВА ТАЪСИС ШАРТНОМАСИ

Ҳар хил мамлакатларда бу ҳужжатларнинг номлари турлича. Бизнинг мамлакатимизда булажак фирма ва жамоатчилик уртасидаги муносабатларни аниқловчи ҳужжат фирма устави, фирмани таъсис этувчиларнинг ўзаро муносабатларини аниқловчи ҳужжат эса таъсис шартномаси дейилади.

Фирма ташкил қилишда бу ҳужжатларни ишлаб чиқиш ва тасдиқлаш муҳим урин тутади.

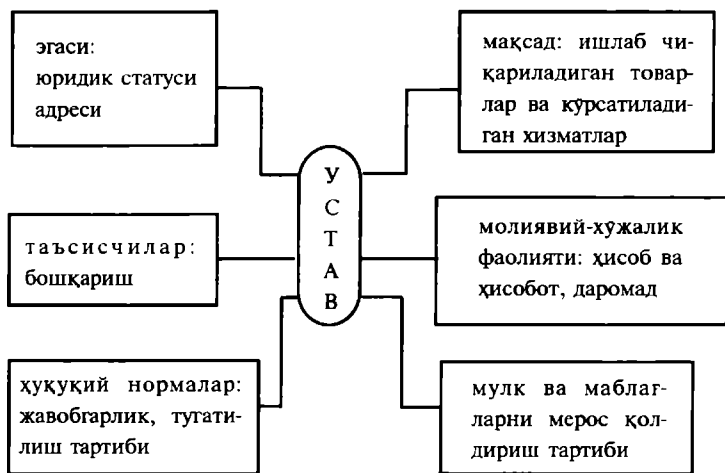
1. Устав. Уставда, хусусан, қуйидагилар ёзиб қўйилади (4.2-расмга қаранг):

— Фирма эгаси ким эканлиги. Агар улар бир нечта булса улар шериклар дейилади ва уставда уларнинг ҳаммалари тўғрисида маълумотлар келтирилади.

— Нима учун фирма ташкил топди, яъни у қандай маҳсулот ишлаб чиқаради ёки қандай хизматлар кўрсатади.

— Фирма устав капитали (устав маблағи) миқдори ва фирма эгасининг улуши.

Агар фирма ташкил қилишда барча иштирокчилар бир хил миқдорда пул сарф қилишган булса, улар фирма умумий капиталида тенг улушга эгадирлар.



4.2-расм. Фирма уставининг тахминий тархи.

2. Таъсис шартномаси. Таъсис шартномасида фирма эгалари узлари учун фирмани қандай бошқариш қоидаларини жорий қилганлигини ёзиб қўядилар. Масалан, таъсис шартномасида барча фирма эгалари фирмага тегишли қарорларни қабул ва муҳокама қилишда тенг ҳуқуқлидирлар деб ёзиб қўйиши мумкин. Қолаверса, купгина қарорлар фирма эгалари розилиги билан қабул қилинади ёки бу қарорларнинг қабул қилинишининг умумий тартиби улар томонидан белгилаб қўйилади.

Шунингдек, таъсис шартномасида юз бериши мумкин бўлган баъзи бир ҳолатлар учун ҳам, масалан фирмани бир ёки бир нечта киши ташлаб кетса нима бўлиши ҳақидаги қоидалар ҳам уз аксини топади.

Фирма эгаларига тегишли тушадиган фойданинг тақсимланиши тартиби ҳам таъсис шартномасида белгилаб қўйилади.

Фирма регистрация қилингандан кейин унинг эгаларига рўйхатдан ўтказилганлиги ҳақида гувоҳнома берилади. Шу гувоҳнома билан фирмага ишлаб чиқариш ёки тижорат фаолиятига рухсат берилади. Шу гувоҳнома билан фирма эгалари банкка бориб ҳисоб



4.3-расм. Таъсис шартномасининг тахминий тархи.

рақами очишлари мумкин. Фирма эгалари уставда фирма маблағи деб курсатилган пул миқдорини ҳисоб varaқасига узлари қўйишлари шарт. Бу пул миқдори устав капитали дейилади.

- ? 1) Фирма уставда нималар акс этирилиши керак?
 2) Таъсис шартномаси нима ва у ҳақда нималарни биласиз?
 3) Устав капитали нима?

4.5. ФИРМА ВА ТАДБИРКОРЛИКНИНГ БИЗНЕСДАГИ УРНИ

Фирманинг ҳисоб varaқаси очилган вақтдан бошлаб мижозлар фирма билан нақд пул орқалигина эмас, балки пулларни фирманинг банкдаги ҳисоб varaқасига утказиш йули билан ҳам ҳисоб-китоб қилишлари мумкин. Янги фирманинг узи ҳам шундай қилади.

Шу пайтдан бошлаб фирма деганда унинг эгалари тушунилмайди, фирманинг узи алоҳида шакллана бошлайди. Фирманинг ҳисоб varaқасидаги пуллар авваламбор фирма эгаси ёки шерикларининг пули эмас, балки фирманинг пулидир. Бу пуллардан маълум қоидаларга кура фойдаланилади. Агар сиз бошқа бир фирма билан шартнома тузиб, олган мажбуриятларин-

гизни бузган булсангиз, улар сизни эмас, фирмангизни судга бериши мумкин.

Иқтисодиётда фаолият курсатаётган шундай фирмалар умумлаштирилган ҳолда — «юридик шахс» ибораси билан аталадилар. Нафақат ишлаб чиқариш ва савдо-сотиққа оид фирмалар, балки давлат, жамоат ташкилотлари ва муассасалари, масалан, мактаб юридик шахс бўла олади. Юридик шахс мақомини олмаганларга нисбатан, одатда, «жисмоний шахслар» ибораси ишлатилади.

Фирманинг кейинги фаолиятини бошқариш осон булмайди. Фирма эгалари танланган фаолият турининг барча сиру асрорларини яхши ўзлаштирган бўлишлари керак. Келажакда қандай қийинчиликлар юзага чиқиши мумкин? Улар қандай ҳал қилинади? Бозор рақобатига бардош бериб ишлаш учун ишни қандай ташкил қилиш керак? Шунга ухшаш муаммоларни муваффақиятли ҳал қилиш учун фирма эгаси тадбиркор бўлиши зарур.

Шуни ҳам эслатиб ўтиш жойизки, бизнес билан шуғулланиш учун албатта фирма очиш шарт эмас. Фирма очиб бизнес билан шуғулланиш учун маълум миқдорда маблаг керак. Агар тадбиркорда шу маблаг булмаса ёки булган тақдирда ҳам фирманинг кейинги фаолиятини бошқаришга қузи етмаса у бизнеснинг бошқа турлари билан шуғулланиши мумкин. Масалан, патент олиб савдо-сотиқ билан, агар у ўқитувчи булса ўқувчиларга пуллик қушимча дарс бериш билан, врач булса пуллик даволаш билан шуғулланиши мумкин.

Бизнес билан шуғулланишнинг турларини ва уларнинг тадбиркор томонидан уюштирилишни схематик равишда қуйидаги расмдагидек ифодалашимиз мумкин:

Расмдан кўриниб турибдики, барча турдаги фирмалар ёки ҳужаликлар, тадбиркор билан бизнес юритиш орқали чамбарчас боғланадилар.

Тадбиркорликнинг муайян шакллари қонун йўли билан давлат томонидан белгилаб қўйилади. Белгиланганидан бошқача шакллардаги корхоналар фаолияти кескин таъқиқланади. Корхона мулкнинг ким-



4.4-расм. Тадбиркор ва фирма.

га тегишли эканига қараб корхоналар хусусий фирма, ширкат, акционерлик жамияти, давлат ва муниципал фирмалар, фирма шахобчаси, бирлашмалар каби шаклларга булинади. Кейинги параграфларда шулар ҳақида суҳбатлашамиз.

- ?
- 1) Мижозлар фирмалар билан қандай усулда ҳисоб-китоб қиладилар?
 - 2) «Юридик шахс» ва «жисмоний шахс» ибораларини қандай тўшунасиз?
 - 3) Тадбиркор ва фирма деб номланган 4.4-расмдаги схемани тунтириб беринг.

4.6. ХУСУСИЙ ФИРМА ВА ШИРКАТ

1. Хусусий фирма. Бундай фирма айрим шахсларнинг ёки оилаларнинг шахсий маблағлари ҳисобига ташкил қилинади ва фирма ўз фаолиятида шу шахс ёки оиланинг манфаати учун хизмат қилади.

Бизнес тарихида бу фирма ташкил қилишнинг энг «эски» шаклларида биридир. XIX асда улар корхоналарнинг асосий тури ҳисобланган.

Бундай фирма ташкил қилиш учун корхона эгаси узининг ёки оиласининг маблағини сарфлайди, бул-

маса қариндошларидан ёки уртоқларидан олади. Фирма эгаси барча ишлар учун жавоб беради: ҳаракатлар қилади, келаётган даромаддан унумли фойдаланади, қарз ва чиқимларни ўз ҳисобидан қоплайди, шахсан ўзи қарор қабул қилади, масалан, фирмани ёпиши ёки сотиб юбориши мумкин.

Ҳозирги замон иқтисодиётида хусусий фирмаларда ёлланган ишчилар бўлиши ҳам мумкин. Хусусий фирмалар асосан хизмат курсатиш, савдо-сотиқ, қишлоқ хужалиги ва кичик бизнесда иш курсатадилар. Унча катта бўлмаган сартарошхоналар, дуконлар, ошхоналар ва ательелар шулар жумласидандир.

Гарчи хусусий фирмаларни иши муваффақиятли бўлсада, унинг қачондир йирик фирмага айланиши даргумондир. Бунинг сабаби битта, у ҳам бўлса йирик корхона ташкил қилиш учун жуда кўп маблағ керак бўлади. Ундан ташқари хусусий фирмалар баъзи йирик корхоналарнинг рақобатига дош бера олмай, хонавайрон бўладилар.

Лекин хусусий фирма эгаларининг маблағларини кўпайтириш ва фирмани ўз маблағлари ҳисобига кенгайтириш усуллари мавжуд. Бунинг учун биринчидан, банкдан кредит олиш, иккинчидан бир неча шахслар бирлашиб ширкат, яъни шерикчилик тузиши мумкин.

2. Ш и р к а т . Бир неча шахс ёки ташкилотлар бирлашиб фаолият курсатиш мақсадида ширкат тузилади.

Бундай фирмани ташкил қилишда ширкатнинг ҳар бир аъзоси маълум миқдорда пул қўяди, яъни ўз ҳиссасини (улушини) қўшади. Қўшилган барча пуллар фирманинг устав капиталини ташкил қилади. Ширкат аъзолари ўзаро шартномалар тузадилар. Улар орасида муносабатлар ҳар хил бўлиши мумкин:

- а) тула шерикчилик;
- б) чекланган шерикчилик.

Биринчи ҳолда ширкатнинг ҳамма аъзолари фирма учун тула жавоб берадилар. Агар фирма катта зарар курса, унинг ҳар бир аъзоси ўз улушидан кўпроқ (улушга қаррали) миқдорда пул зарарини қоплаши шартномада ёзиб қўйилади.

Иккинчи ҳолда ширкат аъзолари фирма зарари учун қисман, аниқроғи ўз улушлари учун жавоб бера-

дилар. Фирма катта зарар кўрганда ширкатнинг ҳар бир аъзоси фирма ташкил қилишда сарф қилган пул миқдорини йўқотади. Даромад ҳам устав капиталидаги ҳисса-пайга қараб тақсимланади. Шундай қилиб, чекланган шерикликда ширкат ўз фаолияти учун устав фонди даражасида жавобгар ҳисобланади.

Ширкат — бу бизнес ташкил этишнинг перспектив формаларидан биридир. Ишлаб чиқариш ёки хизмат курсатиш куламини кенгайтириш учун сарфланган маблағлар бундай фирмаларда старлича бўлади.

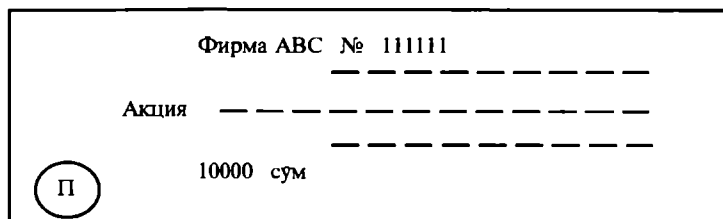
Йирик ишлаб чиқариш, сўзсиз, куп фойда келтиради, демак фирманинг ривожланиши учун янги имкониятлар пайдо бўлади.

- ? 1) Хусусий фирма қандай маблағлар ҳисобига ташкил қилинади?
2) Хусусий фирмаларни қандай қилиб кенгайтириш мумкин?
3) Шерикчиликнинг қандай куринишларини биласиз?

4.7. АКЦИОНЕРЛИК (ПАЙЧИЛИК) ЖАМИЯТИ

Акционерлик жамияти бу мажбурияти чекланган фирманинг кенг тарқалган тури. Муомалага акциялар чиқарилади. Акция (пай қогози) — қимматбаҳо қогоз бўлиб, унда баҳоси ва фирма номи курсатилган бўлади (4.5-расм).

Акция бошлангич нархи номинал нарх дейилади. Акция сотиб олганлар акционер (пайчи)ларга айланади ва фирма фойдасидан ўз ҳиссасини — (дивиденд) олишга ҳақлидир. Сотиб олинган акция миқдори акция пакети дейилади. Агар бу миқдор ширкатни якка тартибда бошқаришни таъминлаш учун старли дара-



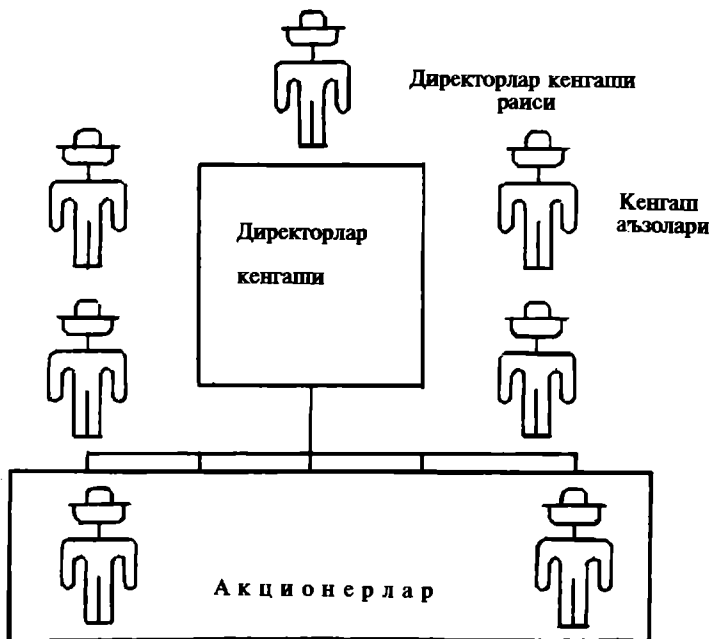
4.5-расм. Акциянинг нусхаси.

жада булса, у ҳолда акциянинг назорат пакети дейилади.

Фирма ишларини йирик акционерлардан ташкил топган раис бошчилигидаги директорлар кенгаши бошқаради. Акционерлик жамиятининг энг олий органи акционерлик мажлиси бўлиб, у одатда йилига бир марта утказилади (4.6-расм). Мажлисда фирма ишлари муҳокама қилиниб, даромаднинг қанча қисмини дивиденд тарзида тулаш ва қанча қисмини ишлаб чиқаришни ривожлантиришга сарфлаш келишиб олинади.

Акционерлик жамияти эркин капитални марказлаштириш ва йирик қорхона ташкил қилишнинг асосий шаклидир. Шу билан бирга аҳоли жамғармаларини ишлаб чиқаришга сафарбар қилиш, уларни капиталга айланттириш воситаси ҳамдир.

Акционерлик жамиятининг очиқ ва ёпиқ турлари бор. Ёпиқ турдаги акционерлик жамиятларининг акциялари фақат шу жамиятни таъсис этувчилар ўртаси-



4.6-расм. Акционерлик жамиятининг ташкилий тизими.

да тарқатиледи. Очиқ куринишдаги акционерлик жамиятларининг акциялари эса эркин сотилади.

Акционерлик жамияти хусусий фирмалар ва ширкатларга нисбатан уз маблагларини орттириш ва ишлаб чиқаришини ривожлантиришда купрок имкониятларга эга.

?

- 1) Акция нима ва у ҳақида сиз нималарни биласиз?
- 2) Акционер, дивиденд, акция пакети, акциянинг назорат пакети деганда нимани тушунасиз?
- 3) Акционерлик жамиятининг қандай турлариши биласиз?

4.8. ДАВЛАТ ВА МУНИЦИПАЛ ФИРМАЛАР. ФИРМАЛАР ШАХОБЧАСИ ВА БИРЛАШМАЛАР

Давлат ва муниципал фирмалар. Давлат фирмаси марказий (давлат) маблаглар (бюджет) ҳисобига ташкил топади. Муниципал фирма эса маҳаллий (туман, шаҳар) бюджети эвазига ташкил қилинади. Улар давлат мулки булиб, марказий ва маҳаллий ҳокимиятга қарашли булади ва ишлаб чиқаришнинг энг муҳим ва масъулиятли вазифаларини бажаради (мудофаа, алоқа, транспорт ва ҳоказолар). Давлат бюджети аҳоли, барча фирма, корхона ва ташкилотлар томонидан туланадиган солиқлар ҳисобига ташкил топади. Фирма ташкил қилишда давлат томонидан берилган маблаг бюджет ассигнованисси дейилади.

Давлат ва муниципал фирмалар хусусий эгалик қилишга сотилиши мумкин. Баъзи ишчилар фирмаларини қисман сотиб оладилар ва натижада жамоанинг шеригига айланадилар. Шунингдек, бундай фирмалар ижарага ҳам берилиши мумкин. У ҳолда фирма ижарачилар мулкига айланиб қолмайди. Ижарачилар давлат ва маҳаллий ташкилотлар билан ижара ҳақида шартнома тузадилар. Шартномада фирма давлатга тулаши зарур булган ижара ҳақи миқдори ва ижара муддати курсатиледи. Фирма маҳсулотлари ва уларни сотишдан келган даромадларга ижарачилар эгалик қиладилар.

Фирма шаҳобчаси (филиали). Фирманинг иш ҳажми кенгайганда, у ҳар хил жойларда узининг шаҳобчаларини очади. Бу одатда, йирик халқаро фир-

маларга хос бўлиб, улар турли мамлакатларда ташкил қилинади.

Бирлашмалар. Юқорида келтирилган фирма турларидан бошқа бизнесда яна иттифоқ, ассоциация (уюшма) ва концерн (бирлашма) каби фирма бирлашмалари мавжуд.

Бир неча фирмалар маълум масалаларни биргаликда ҳал қилиш мақсадида бирлашма тузишлари мумкин. Бунинг учун улар шартномалар имзолайди ва бирлашма уставини ишлаб чиқарадилар. Таъсис этувчилар бирлашманинг барча вазифаларини биргаликда ҳал қилишни келишиб оладилар. Масалан, умумий ахборот хизматини ёки фирма ходимларининг биргаликда уқишини ташкил этиш мақсадида бир неча ухшаш фирмалар иттифоқ ёки ассоциацияга бирлашишлари мумкин.

- ? 1) Давлат фирмаси нима ҳисобига ташкил қилинади, муниципал фирмалар-чи?
- 2) Фирма шахобчаси нима?
- 3) Бирлашмалар қандай ташкил қилинади?

4.9. КОРХОНАЛАРНИНГ УЛЧАМЛАРИ ВА МАҲСУЛОТЛАРИГА ҚАРАБ ФАРҚЛАРИ

Корхоналар мулкнинг эгалари ким бўлишидан қатъи назар улар улчами ва маҳсулотлар ёки хизмати турлари билан ҳам бир-бирларидан фарқ қилиши мумкин. Бир хил товарлар ёки бир хил хизматлар курсатадиган иккита фирмани таққослаб курайлик. Бу фирмалар узига қарашли савдо-сотик ва ишлаб чиқариш шохобчаларининг катта-кичиклиги, уларнинг сони, уларда ишлайдиган хизматчилар сони ёки уларнинг хизмат курсатиш ҳажми (қанча мижозга ёки корхоналарга хизмат курсатиши) ҳамда уларнинг ишга сарф қилинган маблағлари миқдори билан бир-бирларидан фарқ қилиши мумкин. Масалан, шаҳар марказидаги сартарошхона, узига ухшаган, лекин шаҳар четида жойлашган сартарошхонага нисбатан купроқ мижозга хизмат курсатади ва унда купроқ сартарошлар ишлайди.

Корхоналар ишлаб чиқарилаётган товарлар ёки

курсатилаетган хизматлар турларининг хилма-хиллиги билан ҳам бир-биридан фарқ қилади.

Баъзи фирмалар бир тармоқда (1-бобда баён қилинган иқтисодий тармоқли структурасини эсланг) бир ёки бир неча хил маҳсулот ишлаб чиқаришга ихтисослашган булади. Масалан, фирма: спорт анжомлари, музқаймоқ, уқув қуроллари ёки темир эшиклар каби маҳсулотларнинг бирор бир турини ишлаб чиқариши мумкин. Бундай фирмалар — «ихтисослашган» фирмалар деб юритилади. Иккинчи томондан шундай фирмалар борки, улар бир вақтнинг узида ҳар хил тармоқларга оид товарлар ишлаб чиқарадилар. Масалан, Жанубий Кореянинг энг йирик автомобиль ишлаб чиқарувчи корхоналаридан бири ҳисобланган «ДЭУ» компанияси замонавий автомобиллардан ташқари ҳар хил электр уй-рузгор буюмлари (музлаткичлар, миксерлар, кондиционерлар), компьютерлар ишлаб чиқаради. Мамлакатимиздаги Олмалиқ кон-металлургия комбинати эса ўзининг асосий маҳсулоти булган рангли металллар билан бир қаторда аҳоли учун керакли булган кўплаб хилдаги кенг истеъмол моллари ишлаб чиқаради. Бизнесда бу ҳол «Диверсификациялаш» дейилади.

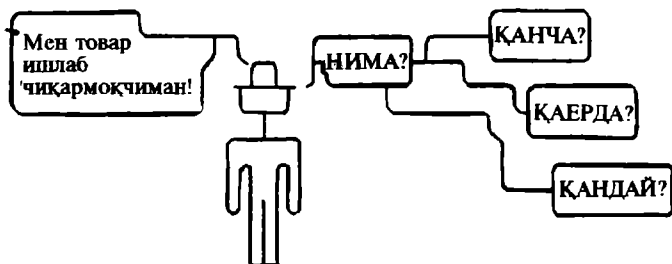
- ? 1) Корхоналар улчамларига қараб қандай фарқланади?
2) Корхоналар маҳсулотларига қараб қандай фарқланади?
3) Бизнесда «Диверсификациялаш» нимани билдиради?

4.10. ФИРМАЛАРНИНГ БИЗНЕС ТИЗИМИДАГИ УРНИ

Корхона эгаси булишни хоҳловчилар учун олдинги параграфларда берилган маълумотлар жуда асқотади.

Энди эса 4.7-расмда берилган саволларга жавоб беришга ҳаракат қилинг. Расмдаги Нима?, Қанча?, Қаерда?, Қандай? каби саволларни жамласак, мамлакат, шаҳар, район бизнес тизимида сизнинг фирмангизнинг урни қандай булиши керак деган савол келиб чиқади. Шу ва кейинги параграфларда шулар ҳақида сўз юритамиз.

Сизнинг фирмангиз қандай хизмат курсатади ёки қандай товарлар ишлаб чиқаради?



4.7-расм. Ишбилармон ечиши керак бўлган муаммолар.

Иқтисодий одамлар эҳтиёжларини қондириш учун хизмат қилади. Бу эҳтиёжлар хилма-хилдир. Сиз имконингиз бўлса ошхона, оёқ кийимларни таъмирлаш устахонаси, ҳужжатлардан нусха олиш шохобчаси, фотосуратга туширувчи шохобча, саргарошхона, ёқилги қуйиш шохобчаси очишингиз мумкин ёки бўлмаса кийим-кечак, дурадгорлик моллари ёки мебель ишлаб чиқариш билан шуғулланишингиз мумкин.

Шундай бир ҳолатни тасаввур қилинг. Бир пайтда сиз истиқомат қилаётган район ёки шаҳар фирмалари тусатдан бир хил иш билан шуғулланишга қарор қилади. Бир оз вақт ўтгандан кейин бир неча (керагидан ортиқча) қассобхоналар ёки дурадгорлик устахоналари пайдо бўлади.

Бундай бўлиши мумкин-ми? Агар тадбиркорлар ўйлаб иш қилишса, албатта, бундай ҳолат бўлмайди.

Корхона эгаси янги фирма ташкил қилаётганда ёки ҳаракатдаги фирма маҳсулотнинг янги турини ўзлаштиратганида, у шубҳасиз, ким учун қилаётганини англаши лозим. Бизнесменлар бекорга «фирма бозорни мулжаллаши керак», — демайди. Ўз фаолиятини тўғри юрғатиш учун истеъмолчининг талабини аниқлаш усуллари ҳақида биз кейинги бобларда суз юритамиз.

Фирманинг хизмат курсатиш ёки товар ишлаб чиқариш ҳажми қандай бўлади? Асбоб-ускуналар, жиҳозлар, машина ва компьютерлар учун сарф қилинадиган маблағлар, яъни капитал миқдори қанча? Корхона эгаси фирма фаолиятдан қанча фойда олишни мулжаллайди?

Ишлаб чиқарилган товарлар миқдори ёки курсатилган хизматлар қўлами фирма капиталига боғлиқ, фойда эса уларнинг иккаласига боғлиқ ($\Phi = Д - Ч$ формулани эсланг). Ишга қанча қўшимча маблағлар сарф қилиш ва унинг миқдорини ошириш ўз навбатида олинган фойда миқдorigа боғлиқдир.

Ушбу бобнинг 4.9-параграфида биз турли қуришишдаги фирмаларнинг ўлчамлари ҳақида гапирган эдик. Бизнес оламида кичкина фирмаларнинг мавжудлиги уларнинг товарларига булган талабга боғлиқ.

Масалан, кичик бир шаҳарда ҳашаматли катта меҳмонхонанинг кераги йўқ. У ерга кичик меҳмонхонанинг узи етади. Ушбу шаҳардаги дукон эгаси катта супермаркет ҳақида орзу ҳам қилмайди, чунки унинг бир нечта доимий мижозлари бор ва уларнинг ҳаммасини номма-ном билади.

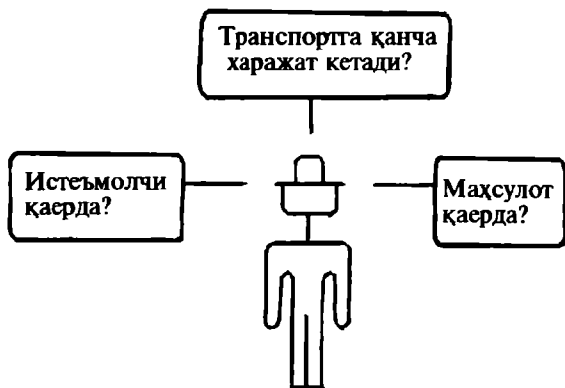
Бозор талабига қура фирмалар маҳсулот ишлаб чиқаришни кенгайтиришга интиладилар. Фирма кенгайиши билан чиқим ва даромад ҳажми ортаверади, лекин даромад тез купаяди. Натижада бир бирлик (1 дона, 1 кг, 1 м ва ҳ.к.) маҳсулот ишлаб чиқаришга кетадиган сарф харажат (таннарх) камаяди ва сотилган ҳар бир маҳсулотдан олинадиган фойда миқдори ортади. Ўз навбатида, умумий фойда миқдори ҳам ортади.

- ? 1) Сиз яшаш жойингизда фирма очсангиз нима ишлаб чиқарган булар эдингиз?
- 2) Фирма қанча маҳсулот ишлаб чиқаришни қандай аниқлаши керак?
- 3) Ишлаб чиқаришга қўшимча маблағ сарф қилиш нима учун олинаётган фойдага боғлиқ?

4.11. ФИРМАГА ЖОЙ ТАНЛАШДА ҚАНДАЙ ОМИЛЛАРГА ЭЪТИБОР БЕРИШ КЕРАК?

Фирмани қасрда очиш қулайроқ? Шаҳар маркази ёки четидами? Балки санаторий ёнидадир? Мамлакат шимоли ёки жанубидами? Баъзан танлашга имконият ҳам булмайди. Агар бизда фирмани очиш учун жой танлаш имконияти булса, ишлаб чиқаришни жойлаш-

тириш масаласини куриб чиқаетганда қандай омилларга эътибор беришимиз керак?



4.8-расм. Фирмани жойлаштиришда дуч келадиган муаммолар.

4.8-расмда куриб турганингиздек, бирданига 3 та муаммосини ҳисобга олишимизга туғри келади.

1. Истеъмолчи қасрда?
2. Хом ашё қасрда?
3. Транспорт харажатлари қанақа?

Корхона эгаси ҳар доим товарларни ташишга кетадиган сарф-харажатларни, яъни транспорт харажатларини пасайтиришга ҳаракат қилади. Нима арзонроқ: ишлаб чиқариш хом ашё манбага яқин булишими ёки сотиладиган жойга яқин булишими? Бу маҳсулот турига боғлиқ. Бу масаланинг олтин заводи учун ечими содда. Чунки, олтин олиш учун жуда катта миқдордаги хом ашё қайта ишланиши керак. Демак, олтин олиш заводи хом ашё манбаига яқин жойга жойлаштириш мақсадга мувофиқдир.

Энди компьютер ишлаб чиқармоқчи булган фирмани қасрга жойлаштириш масаласини куриб чиқайлик. Компьютер ишлаб чиқариш учун зарур деталлар ва материаллар енгил, компьютерлар эса анча оғир ва уларни ташиш кишилардан эҳтиёткорликни талаб қилади. Бошқа томондан компьютер ясаш учун фирмага юқори малакали ишчилар, конструктор ва инженерлар керак булади. Шунинг учун бундай фирмалар, одатда, катта шаҳарларда жойлашади.

Фирманинг ўрни, яъни қаерда жойлашуви фақат транспорт воситалари қулайлигига боғлиқ эмас. Хизмат курсатиш ва савдо-сотиқ фирмалари учун жойлашиш муаммоси истъомолчиларга ҳам боғлиқ. Масалан, магазин, қаҳвахона ва сартарошхоналарни, табиийки шаҳар ёки районнинг аҳоли купроқ яшайдиган ёки меҳмонлар куп келадиган ерига жойлаштириш мақсадга мувофиқдир. Шунинг учун ҳам бундай корхоналарни жойлаштириш учун жойни ижарага олишда куп ҳолатларда, ижара ҳақи юқори булса ҳам аҳоли зич булган жойдан олиш маъқул бўлади, сабаби ижара ҳақи паст булган жойда талаб ҳам паст бўлади.

- ?
- 1) Фараз қилинг, сиз фирма очмоқчисиз, унинг биносини қаерга жойлаштирган булар эдингиз?
 - 2) Нима учун компьютер ишлаб чиқарадиган фирма катта шаҳарларда жойлашади?
 - 3) Фараз қилинг, сиз енгил автомашиналар учун балон ишлаб чиқарадиган фирма очмоқчисиз. Уни Асака шаҳарида қурган маъқулми ёки Шаҳрисабздами? Нима учун?

4.12. ТЕХНОЛОГИЯ ҚАНДАЙ БУЛИШИ КЕРАК?

Аъло сифатли маҳсулот ишлаб чиқариш учун ишни қандай ташкил қилиш керак? Бу савол бизни технология, яъни материалларга ишлов бериш усуллари ва ишлаб чиқаришни ташкил қилиш тушунчаларига олиб келади.

Технология бу — у ёки бу ишни бажариш учун керак булган операция, ҳаракат ва усуллар кетма-кетлигидир.

Масалан, чой дамлаш технологиясини кўриб чиқайлик:

— идишга сув қуйиш — идишни газ плитага қуйиш — газни ёқиш — сувни — қайнатиш — газни учуриш — чойнакка қуруқ чой солиш — чойнакка идишдан қайноқ сув қуйиш. Сиз келтирилган «чой дамлаш» технологиясига узгартиришлар киритишингиз ҳам мумкин.

Агар биз соат, телевизор, автомобиль ишлаб чиқариш технологиясини куз олдимишга келтирсак, уларнинг «чой дамлаш» технологиясидан анча мураккаб

эканлигини ҳис қилишимиз мумкин. Технология қанча пухта уйлаб чиқарилган бўлса, иш натижалари ҳам шунчалик яхши бўлади.

Бизнесда нафақат ишлаб чиқариш технологияси жараснлари, балки «раҳбарлик технологияси» ҳам муҳим урин тутали. Фирма бошлиги, секретарь, менежер, ишчи, сотувчи ва ҳисобчилар аниқ бир «технология» асосида иш юритишади. Ташкилот, яъни ишлаб чиқаришни ташкил қилиш — иш учун қулай шароит яратилишидир.

Аэропортда йуловчиларни руйхатдан утказиш, текшириш, юкларини қабул қилиш ва самолётга чиқаришни қандай ташкил қилса йуловчиларга қулай бўлади? Вокзалда жойлашган қаҳвахона иш режимини қандай белгилаганида кўпроқ мижозга хизмат қилади?

Ташкил қилиш маҳсулот тури ва уни тайёрлаш технологиясига, шунингдек, у ёки бу товарга бўлган талабга ҳам боғлиқдир. Агар, товар аниқ бир истеъмолчининг хусусий буюртмасига кўра тайёрланса, у ҳолда ишлаб чиқариш ягона усулда ташкил қилинади; маҳсулот мутахассислар томонидан белгиланган муддатгача тайёр қилинади. Масалан, тикувчи шимни буюртмачи танлаган нусхада тикади, қурувчилар дала ҳовлини буюртмачи лойиҳаси бўйича қурадилар, сартарош сочни мижоз хоҳлаган усулда туғрилайди. Агар товарга доимо оммавий талаб бўлса, унда ишлаб чиқаришнинг узлуксиз иш усули қўлланилади. Масалан, соат, магнитофон, компьютер конвейерда ишлаб чиқарилади. Конвейер лентаси у ишчидан (ёки роботдан) бунисига аста-секин ҳаракат қилади ва товар тайёр бўлгунича ишчиларнинг ҳар бири уз операцияларини бажара туриб, маҳсулотга технологияга кўра бир деталь (қисм) қўяди.

Охири параграфларда биз турли саволларни куриб чиқдик. Баъзилари бир марта ва батамом, қолганлари эса аста-секин, вақти келганда, яна бирлари кун сайин туғилиши ва уз ечимига эга бўлиши мумкин.

Бизнесда узоқ ва қисқа муддатли муаммолар мавжуд. Биз сизлар билан муҳокама қилган «Нима?» «Қанча?», «Қаерда?», «Қандай?» каби саволлар узоқ

муддатли муаммолар жумласидандир. Қисқа муддатли муаммолар ҳам турли саволлар натижасида пайдо булади. Улардан баъзилари: фирмага қандай ишчи керак?, тайёр маҳсулот ва хом-ашё заҳиралари қандай бўлиши керак?, сифат қандай таъминланади?, ишлаб чиқаришни кенгайтириш ва рекламага қанча миқдорда пул кетади? Агар барча саволларни жамласак, «Бизнесни қандай қилиб такомиллаштириш, яъни кул фойда келтирадиган қилиш мумкин?» деган ибора келиб чиқади.

Бу саволларга 4.14-параграфда жавоб берамиз.

- ? 1) Ишлаб чиқаришни ташкил қилиш технологияси нима?
 2) Пахта териш технологиясини айтиб бериш?
 3) Узоқ ва қисқа муддатли муаммолар ҳақида ташириб бериш.

4.13. ФИРМА ФАОЛИЯТИНИНГ ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛИ

Мисол учун турли улчамдаги 3 та фирмани таққослайлик. Бу 1, 2 ва 3 фирмалар бир хил маҳсулот ишлаб чиқаради, лекин турли миқдорда.

Бу жадвалнинг биринчи сатрида ҳар бир фирманинг маҳсулотини сотиш ҳажми берилган. Иккинчи сатрида эса ҳар бир фирманинг барча маҳсулотни иш-

№	Фирмалар	Шартли белгилар	1	2	3
1	Бир йиллик маҳсулот сотилиши ҳажми	дона	2000000	6000000	12000000
2	Маҳсулот ишлаб чиқаришга кетган харажатлар	сум	1400000	3000000	4800000
3	Бир дона маҳсулотга кетган харажатлар	сум	$\frac{1400000}{2000000} = 0.7$	$\frac{3000000}{6000000} = 0.5$	$\frac{4800000}{12000000} = 0.4$
4	Ҳар бир маҳсулот бирлигидан келадиган фойда	сум	$1.0 - 0.7 = 0.3$	$1.0 - 0.5 = 0.5$	$1.0 - 0.4 = 0.6$
5	Сотилган маҳсулотдан келадиган фойданинг умумий ҳажми	сум	600000	3000000	7200000

лаб чиқаришга кетган умумий сарф-харажатлари келтирилган.

Ҳар бир дона сотилган маҳсулотга кетган сарф-харажатларни (таннарх) топиш учун ишлаб чиқаришга кетказган умумий сарф-харажатларни сотилган маҳсулот умумий миқдорига бўлиш керак, яъни

$$\text{С.х.} = \frac{\text{Умумий с.х.}}{N \text{ (сотилган маҳсулот)}}$$

Қаралаётган фирмаларнинг ҳар бир сотилган маҳсулотга кетган сарф-харажатлари жадвалнинг 3-сатрида берилган.

Шу бобнинг узида сиз

$$\text{Фойда} = \text{Даромад} - \text{Чиқим},$$

яъни қисқача

$$\Phi = \text{Д} - \text{Ч}$$

формулага дуч келган эдингиз.

Даромад — бу маълум бир нархда сотилган товарлардан келган пул миқдоридир. Чиқим эса умумий сарф-харажатларнинг пул миқдоридир, уни С.Х. деб белгилаймиз.

Шунинг учун $\Phi = \text{Д} - \text{Ч}$ формулани биз қуйидагича ёзишимиз мумкин:

$$\Phi = \text{Сотиш} - \text{С.Х.}$$

Жадвалнинг 4-сатрида маҳсулотлар сотиб булингандан кейин фирмаларнинг ҳар бир маҳсулот бирлигидан олинган фойдаси келтирилган.

Сотилган маҳсулот бирлигидан олинган фойдани ишлаб чиқарилган маҳсулотлар сонига купайтирсак, олинган умумий фойда миқдори ҳосил бўлади. Жадвалнинг 5-сатрида ҳар бир фирмага келган (тушган) умумий фойданинг миқдори (УФМ) берилган.

Қуриб турганингиздек, фойданинг энг купини маҳсулот бирлиги ва умумий ҳисобга кўра 3-фирма олади.

Лекин бу бизнеснинг юзаки қисми ҳолос. Яна бир марта жадвални кўздан кечирайлик. Бу ерда учала фирма бир хил нархда (донаси 1 сумдан) бир хил

товарлар сотади. Иккинчи фирманинг фойдаси биринчи фирманикига қараганда кўпроқ. У нархни бир оз пасайтириши мумкин, масалан, ҳар бир маҳсулотни 0,98 сумдан сотиши мумкин.

Энди унинг фойдаси маҳсулот бирлигида

$$ф = 0,98 - 0,7 = 0,28$$

умумийси эса

$$Ф = 0,28 * 2000000 = 560000 \text{ сум}$$

булади.

Фойда бирмунча камайди, лекин нарх тушгани учун бу фирманинг маҳсулотига бўлган талаб ортади. 3-фирма ҳам маҳсулот нарhini пасайтириши мумкин, ҳар бир маҳсулотга 0,92 сум нарх белгилансин.

Натижада унинг фойдаси маҳсулот бирлигида

$$ф = 0,92 - 0,4 = 0,52$$

умумийси эса

$$Ф = 0,52 \cdot 12000000 = 6240000 \text{ сум}$$

булади.

Фойда камайса ҳам, бу фирма учаловининг ичида энг каттаси булиб қолаверади.

Маҳсулот нархи учинчи фирмада анча арзон, демак энг катта талаб шу фирма маҳсулотига бўлади. Бошқача қилиб айтганда учинчи фирма ўз маҳсулотларини тезда сотиб булади ва ўз маблағларини янги товарлар ишлаб чиқаришга ва янги фойда олишга сарфлайди. Иқтисодчилар тилида бу жараён фирма айланмаси (обороти) дейилади ва у фойда купайишининг асосий, муҳим манбаидир.

- ?
- 1) Ҳар бир маҳсулотни ишлаб чиқаришга кетган сарф-харажат қандай ҳисобланади? Мисол келтиринг.
 - 2) Маҳсулот бирлигидан олинган фойда қандай ҳисобланади?
 - 3) Фирма обороти деганда нимани тушунаси?

4.14. САМАРАДОРЛИК ВА РЕНТАБЕЛЛИК ТУШУНЧАЛАРИ БИЛАН ДАСТЛАБКИ ТАНИШУВ

Бозордаги рақобат ҳар бир ишбилармонни доим бизнесни қандай қилиб такомиллаштириш, яъни кўп фойда келтирадиган қилиш мумкин деган савол устида бош қотиришга мажбур қилади. Иқтисодиётда қандайдир фаолият ёки тадбирнинг аниқ ижобий натижаси эффект ёки самара дейилади. Масалан, корхона томонидан олинган фойданинг усиши (утган йилгига нисбатан), тежалган маблағлар миқдорининг ошиши ёки янги технология туфайли ишлаб чиқариш жараёнига кетган вақтнинг қисқариши ва ҳоказолар.

Ушбу бобнинг бошида биз «сарф-харажат» ва «фойда» тушунчаларини киритган эдик. Айтилик, фирма муваффақиятли ишламоқда ва бизга фойда миқдори бир йилда 500000 сум эканлиги маълум. Бунинг аҳамиятини қандай баҳолаш мумкин. Бошқача қилиб айтганда, бу фирма учун озми ёки кўп-ми? Агар фойда миқдори йилдан-йилга камайса, унинг қандай миқдори ташвишли сигнал булади? Буни аниқлашда эффективлик, яъни самарадорлик тушунчаси қўл келади. Ишнинг самарадорлигини эса унумдорлик курсатади. Унумдорлик сузи билан сиз кўп туқнашгансиз. Масалан, дадангиз гоҳида «бугун ишимизнинг унуми бўлмади-да», деб қуяди. Ҳуш, унумдорлик узи нима?

Одатда, унумдорлик ҳар бир хизматчи ҳисобига бир соатда ишлаб чиқариладиган маҳсулот бирликлари билан ўлчанади.

Айтилик, пойабзал ишлаб чиқарувчи корхона 20 та хизматчининг ҳар бирини кунига 7 соатлик ишга ёллади. Корхона бир кунда 280 та пойабзал тайёрлайди. Корхона унумдорлигини ҳисоблаш учун аввал иш соатларининг умумий миқдорини топамиз: $20 \cdot 7 = 140$. Демак, у 140 соат. Энди ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдорини 140 соатга буламиз: $280 : 140 = 2$. Демак, бу корхонанинг унумдорлиги соатига 2 та пойабзалга тенг булар экан.

Фирма иш фаолиятининг тула ва баъзи бир томонлари самарадорлигини «ўлчашнинг» жуда кўп усуллари мавжуд. Масалан, бундай таҳлил қилишда рента-

беллик курсаткичини аниқлаш қўл келади. Рентабеллик деганда аниқ бир вақт оралигида корхонадан олинган фойда миқдорининг бу пайтдаги кетган сарф-харажатлар миқдорига нисбати тушунилади:

$$\text{Рентабеллик} = \frac{\Phi}{\text{С.Х.}}$$

Самарадорлик ва рентабеллик фирма иш фаолияти қандай ҳолатда эканлигини аниқлаб берувчи жуда муҳим тушунчалар булганлиги учун кейинги бобларда биз уларни янада кенгроқ урганамиз.

- ? 1) Эффе́ктивлик, яъни самарадорлик нима?
2) Рентабеллик нима ва у қандай ҳисобланади?
3) Сизнингча, рентабеллик қандай булса фирма фаолияти яхши кетаётган булади?

Х у л о с а

Сиз ушбу бобда ким тadbиркор була олиши, бизнес ҳақида, тadbиркорлик корхоналарининг асосий шакллари, янги фирмалар олдида пайдо буладиган саволлар ва уларни ҳал қилиш йўллари, эффе́ктивлик ва рентабеллик ҳақидаги тушунчаларга эга булдингиз. Кейинги бобда сиз бизнесда бошқарув усуллари билан танишасиз.

М а ъ р у з а в а р е ф е р а т л а р

1. Ролларни тақсимлаш.

Шаҳар совети (2—3 одам) фирмани руйхатдан утказиш туғрисида қарорни куриб чиқади ва тасдиқлайди (қабул қилинади).

Банк (2 киши) ҳисоб-китоб варақасини очади.

Арбитрлар (уқитувчи ва 1, 2 та уқувчи) мунозара, баҳслашув саволларини куриб чиқадилар ва иштирокчиларни баҳолайдилар. Қолган иштирокчилар индивидуал (яъни якка) ишлашлари мумкин.

Масала.

Ишни ташкил қилишнинг барча формалари му- жассамланган бир нечта фирма ташкил этишлари лозим: индивидуал ёки оммавий хусусий фирма, жавоб- гарлиги чекланган ва чекланмаган ширкат, очиқ кури- нишдаги акционерлик жамияти, давлат ёки муници- пал фирма, бирон шахс ёки жамоага ижарага берил- ган давлат фирмаси. Фирма сони чекланмайди.

Иш мазмуни.

Фирмаларни таъсис этувчилар қандай фирмалар ташкил қилишни, уларнинг фирмалари нима қилиши керак эканлигини, капитал ва иштирокчилар улуши- нинг миқдори қандай бўлиши, рўйхатдан утказиш учун керакли зарурий ҳужжатларни ишлаб чиқариш ва тақдим қилиш, рўйхатдан утказилганлиги туғриси- даги гувоҳномани олиш, банкда ҳисоб-китоб варақа- сини очишни ҳал этишлари лозим. Очиқ кўринишда- ги акционерлик жамияти ўз фирмаси акцияларини чиқариши ва сотиши керак.

Мулоҳазалар.

Топшириқни бажариш жараёнида китобда жавоби бўлмаган саволларга дуч келишингиз мумкин. Бу саволларга мустақил жавоб беришга ҳаракат қилинг. Ишни тугатгандан кейин, охириги машғулотда «Фир- мани рўйхатдан утказишда қандай муаммоларга дуч келдингиз, уларнинг ечимини қандай топдингиз» де- ган мавзуда қисқа хабарлар тайёрланг.

2. Олдингизда фирмани очиш масаласи турибди. Уқиган мавзулардан фойдаланиб реферат ёзинг. Унда куйидаги саволларга жавоб бўлиши керак.

Н и м а?

1. Фирмангиз нима билан шугулланади?
2. Хизмат курсатиш ёки бу товарларга эҳтиёж сиз истиқомат қиладиган шаҳар ёки қишлоқда қандай?
3. Ким потенциал истеъмолчи бўлади?
4. Уларнинг сонига баҳо бера оласизми?

Қ а н ч а?

1. Ишлаб чиқариш ҳажми қандай бўлади?

2. Қандай маблаг керак булади?
3. Қанча фойда олишни мулжаллаяпсиз?

Қ а с р д а?

1. Фирма қаерда жойлашади?
2. Қандай бино сизга тўғри келади?
3. Хом ашё отказиб берувчи ва истеъмолчилар қандай буладилар?
4. Сизга керакли булган бинони қуриш ёки сотиб олиш учун қанча пул керак булади?

Қ а н д а й?

1. Фирма ишини ташкил этиш ва технологияга доир барча нарсаларни баён қилинг. Бундан ташқари, қуйидаги саволларга жавоб беринг.

Фирмада нечта одам ишлайди?

Сизга қандай ёрдамчи бино ва хужалик керак?

Барча жавоблар ҳақиқий ва аниқ ахборотларга асосланган булиши керак.

**Сиз шу бобда танишган
янги тушунчалар:**

Фирма устави

Таъсис шартномаси

Устав капитали (маблаг)

Тадбиркор

Бизнес

Фойда

Чиқим

Хусусий фирма

Ширкат

Акционерлик жамияти

Акция

Акция номинал нархи

Акция пакети

Акциянинг назорат пакети

Давлат бюджети

Бюджет ассигнованиеси

Фирма шахобчаси
Бирлашмалар (иттифоқ, ассоциация, концерн)
Эффект (самара)
Эффективлик (самарадорлик)
Рентабеллик

5-606 МЕНЕЖМЕНТ



МЕНЕЖМЕНТ

1. Бошқарув ва унинг элементлари.
2. Менежмент ва менежерлар.
3. Менежер нимани кузлайди?
4. Бизнесда мақсадларни туғри ва аниқ қўя билиш керак!
5. Ишлаб чиқариш дастури ва календар режалаштириш.
6. Тармоқли режалаштириш.
7. Молиявий режа.
8. Менежернинг нозирлик роли.
9. Фирманинг ташкилий тизими.
10. Фирмани бошқаришда муҳим роль уйнайдиган омиллар.
11. Фирмалар менежер ва ижрочилар уртасидаги муносабатлар.
12. Талабни олдиндан айтиш — бизнесдаги муваффақият гаровидир.
13. Олдиндан айтишнинг усуллари.

5.1. БОШҚАРУВ ВА УНИНГ ЭЛЕМЕНТЛАРИ

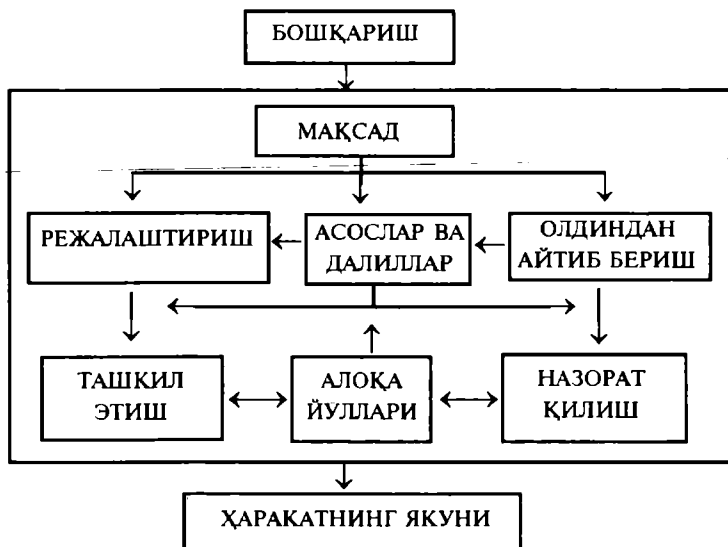
Бозор иқтисодиетида корхоналарнинг фаолияти бозор конъюнктураси таъсирида узгариб туради. Конъюнктура қай даражада тез узгарса корхоналар фаолиятини ҳам шу даражада тез янги шароитга мослашга туғри келади. Шунинг учун ҳам бозор шароитида б о ш қ а р и ш га режали иқтисодиёт давридаги қараганда узгачароқ талаблар қўйилади.

Хуш, бошқарув узи нима ва у қандай элементларни уз ичига олади?

Одамнинг ҳар қандай ҳаракати бирор бир мақсадни кузлайди. Бошқариш ҳам бирор бир мақсадга йуналтирилган булади. Масалан, дурадгорнинг эшик ясаш учун қиладиган ҳаракатини кўрайлик. Бу ҳаракат аниқ бир м а қ с а д га — эшик ясашга йуналти-

рилган. Бу ҳаракатни амалга ошириш учун дурадгор аввало режа тузади. Қандай тахта олиш керак, эшикнинг улчамлари қандай бўлиши керак ва у қай нусхада тайёрланиши лозим, эшикни тайёрлаш учун қандай асбоблардан фойдаланиш керак. Ҳаракат режаси тузилгандан кейин дурадгор унинг бажарилишини ташкил этишга киришади. Эшик ясашга зарур бўлган тахтани танлаб олади. Уларга ишлов бериш учун зарур асбобларни тайёрлаб, сошлаб олади. Сунгра тахтага ишлов бериш бошланади. Бу жараёнда дурадгор ишлов бериш асбобларининг соз ёки носозлигини, тайёрланаётган тахталар режалаштирилган эшик учун яроқли ёки яроқсизлигини назорат қилиб боради. Бунда эшик ясаш жараёнининг олдиндан маълум бўлган технологиясидан фойдаланади.

Шундай қилиб, дурадгор ҳаракатининг муваффақиятли яқуни — тайёр эшикка эга бўлиш билан белгиланади. Дурадгорнинг кузатиб утилган ҳаракати бошқариладиган ҳаракат бўлиб, у аниқ бир мақсаддан, шу мақсадни амалга ошириш учун режа тузишдан ва ишни ташкил этишдан, ишни назорат қилишдан иборат бўлади.



5.1-расм. Бошқарув ва унинг элементлари.

Хуш, бошқарув қандай элементлардан ташкил топади? Ҳар қандай бошқариш, жумладан бизнесни бошқариш аниқ бир мақсадни кузлаб амалга оширилади. Шунинг учун мақсад бошқарувнинг асосини ташкил этади.

Бошқарув мақсадини амалга ошириш учун муайян бирор режага эга булиш керак. Демак, бошқаришнинг муҳим элементи режалаштиришдан иборатдир.

Лекин ҳар қандай мақсадга эришиш учун яхши режанинг узи кифоя қилмайди. Тузилган режани асослаш, унинг тўғрилигини исботлаш керак. Бунда олдиндан айтиб бериш муҳим урин тутади.

Олдиндан айтиб берилган, асосланган режага кура мақсад сари интилиб, ишни ташкил этиш керак, шу билан бирга иш қай ҳолда боришини назорат қилиш муҳим аҳамиятга эга. Бошқаришнинг курсатиб утилган жараёнларини амалга ошириш учун турлича алоқайуларидан фойдаланиш зарур бўлади.

- ?
- 1) Сиз қандай бошқарув жараёнини биласиз?
 - 2) Бошқарувни мактабингиз мисолида тушунтириб беринг.
 - 3) Бошқарувнинг асосий элементларини санаб беринг.

5.2. МЕНЕЖМЕНТ ВА МЕНЕЖЕРЛАР

Шундай қилиб бошқариш нима? Бизнесда бошқариш менежмент дейилади (инглизча management — бошқариш демақдир). Бошқариш — бу кузланган мақсадга етиш қобилияти ва маҳорати демақдир. Бу таъриф содда куринган билан унда бошқарув фаолиятининг мазмун ва шакллари яширинган. Муваффақият қозониш учун энг аввало нима қилиш кераклигини билиш ва уз билимини амалда қуллаи олиш лозим. Бошқаришнинг усуллари ва урганилиши лозим булган қонун ва қоидалари мавжуд. Бунинг учун қобилият ва маҳорат зарурдир.

Бошқаришда бор куч билан интилиш эмас, айнан эришиш, етишиш зарур. Мақсадда кузланган натижа-

га эришилмагунча бошқаришни урганиб олинган ҳисобланмайди.

Бошқаришнинг мақсади аниқ ва тўғри қўйилган бўлиши керак, акс ҳолда у уз маъносини йўқотади.

Хуш, бошқаришдаги бу вазифаларни ким бажаради? Одатда, кичкина фирма эгаси ҳамма қарорларни ўзи қабул қилиб, иш жараёнини ўзи назорат қилади. Йирик фирмаларда эса бу ишларни махсус тажрибага эга бўлган мутахассислар бажаради. Бу мутахассислар менежерлар дейилади. Унча катта бўлмаган фирмаларда фақат битта менежер шугулланиши мумкин. Катта бизнес билан шугулланадиган компанияларда купгина менежерлар бўлади: бири маҳсулот ишлаб чиқаришга жавоб беради, иккинчиси сотишни ташкил этади, учинчиси маҳсулотни реклама қилиш билан шугулланади, яна бири кадрлар тайёрлайди ва ҳоказо.

Бизнесда муваффақиятга эришишда сифатли товар ишлаб чиқариш, маблағни тежамли сарфлаш, ишчилар малакасини ошириш, реклама, савдони ташкил этиш муҳим урин тутади. Уларни таъминлаш эса менежерлар зиммасига юкланади. Фирманинг менежери ёмон ишласа, фирма барча маблағ ва одамларидан ажралиб қолади, хонавайрон бўлади, яъни б а н к р о т л и к к а учрайди. Яхши менежер ишни бажарилишини таъминлайди. У қайси фаолият билан шугулланмасин — хоҳ ишлаб чиқариш бўлсин, хоҳ реклама ёки молия ишлари бўлсин — ҳаммасида 4.1-расмда курсатилган жараёнларни бажариши керак: аниқ мақсадни кузлайди, ҳаракат режасини тузади, ишни ташкил этади ва назорат қилади, иш натижаларига одамларни қизиқтиради ва натижаларни таҳлил қилади.

- ? 1) «Бошқарув»нинг таърифини беринг.
2) «Менежмент» сўзи нимани англатади?
3) Менежер фирмага қандай вазифаларни бажаради?

5.3. МЕНЕЖЕР НИМАНИ КУЗЛАЙДИ?

Яхши уйланмаган ва аниқ бўлмаган м а қ с а д билан иш юритувчи купгина фирмалар, одатда, муваффақиятсизликка учраб, хонавайрон бўлади.

Нега мақсадлар шу даражада зарур? Бошқариш-

нинг асосий қоидаларидан бири «мақсад ҳаракат йуналишини аниқлайди» деган қоиладан иборат. Худди шу мақсад фирманинг нимани, қанча, қерда, қандай ва қачон бажаришини белгилайди. Ҳар бир қарорда албатта мақсадга интилиш ифодаланиши шарт.

Бирор-бир мақсадни қуйиш осонми ёки қийинми? Бу саволга ҳар ким уз иш тажрибасига қараб жавоб беради. Баъзилар нима хоҳлаётганини доимо аниқ биледи. Бошқа бировлар эса «менга барибир» қабалида иш юритади. Демак, мақсадни қуйиш ҳар бир одамнинг узига боғлиқ булади. Хуш, мақсад нима, қандай мақсадлар мавжуд? Тушунарлики, ҳар бир объект ҳар бир аниқ пайтда бир нечта параметр (курсаткич) билан ифодалаш мумкин булган аниқ ҳолатда булади. Онгли равишда бор кучи билан эришиш мумкин булган объектнинг исталган ҳолати шу объектнинг мақсадидир. Мақсадга етишишда ҳаракатларнинг онгли равишда қилиниши жуда муҳимдир. Масалан, ҳозир 50 ёшда булган одам 18 ёшга киришни хоҳлаши, исталган ҳолат булсада мақсад була олмайди. Бошқарувда мақсадлар уз-узидан пайдо булиб қолмайди. Улар кимлардир томонидан қуйилган булади. Бу вазифани объектни бошқариш органини ташкил этувчи бир ёки бир нечта одамлар бажаради. Улар одатда бошқарув субъекти дейилади.

Мақсадлар асосий ва иккинчи даражали мақсадларга булинади. Масалан, автотранспорт фаолиятини такомиллаштириш буйича илмий изланиш олиб бораётган фирма уз илмий изланишларини амалиётга татбиқ қилиш устида иш олиб боради ва бу унинг асосий мақсади ҳисобланади. Лекин фирма автотранспортлар учун эҳтиёт қисмлар ишлаб чиқаришни йулга қуйиш ва фойда олиши мумкин. Гарчи эҳтиёт қисмлар ишлаб чиқариш катта фойда келтирса ҳам, бу мақсад иккинчи даражали булиб, фирма купроқ маблагни асосий мақсадга — илмий изланишларни ҳаётга татбиқ этишга йуналтиради. Менежернинг у бошқараётган фирма ёки булим фаолиятининг мақсадини аниқ белгилаши, яъни қайси мақсадлар асосий, қайсилари иккинчи даражали мақсадлар эканлигини ажрата олиши унинг маҳоратига боғлиқдир.

Мақсадларни хусусий ва умумий мақсадларга ҳам ажратиш мумкин. Фирма кузлаган умумий мақсадлар билан бир қаторда ҳар бир бўлим ёки гуруҳ ишчиларининг хусусий мақсадлари ҳам бор. Аниқки, фирманинг муваффақияти хусусий ва умумий мақсадларнинг муштараклигига жуда ҳам боғлиқ булади. Фирманинг бир гуруҳ ишчилари хусусий мақсадлари йулидан юриб унинг умумий мақсадига зарар етган ҳолларни куплаб куриш мумкин.

Мақсадлар вақтга кура қисқа муддатли ва узоқ муддатли мақсадларга булинади. Мақсадлар амалга ошиш тартибига кура якуний ва оралиқ мақсадларга ажралади. Шу бобнинг бошида курган мисолимизда сунгги мақсад эшик ясаш булса, тахта танлаш, керакли асбобларни ҳозирлаш оралиқ мақсаддир. Сунгги мақсад йулида оралиқдаги мақсадларни жойлаштириш ҳам менежернинг маҳорати ва қобилиятига боғлиқ булади.

- ?
- 1) «Объект», «ҳолат», «параметр» тушунчалари ёрдамида мақсадни таърифлай оласизми?
 - 2) Қандай мақсадларни биласиз?
 - 3) Яхши уйланмаган мақсадлар билан иш юритиб муваффақиятсизликка учраган фирмаларга мисол келтиринг ва улар ҳақида айтиб беринг.

5.4. БИЗНЕСДА МАҚСАДЛАРНИ ТУҒРИ ВА АНИҚ ҚУЯ БИЛИШ КЕРАК

Қандай мақсадлар асосий мақсад булади? Албатта, ҳар бир фирманинг уз вазифаси — мақсади бор. Лекин ҳамма фирмалар учун умумий булган асосий мақсадлар мавжуд булиб, улар 5.2-расмда курсатилган.



5.2-расм. Умумий асосий мақсадлар.

О м о н қ о л и ш. Биологияда тирик қолиш деб аталган иборадаги каби бизнесда ҳам омон қолиш ибораси кенг қулланилади. Ҳақиқатан ҳам рақобат шаронтида фирмалар орасидаги «табиий танловдан» эсон-омон утиб, бозор муносабатларига киришиш ва бу тизимда ўзининг муайян ўрнини топиш ҳар қандай фирма учун умумий бўлган асосий мақсаддир.

Ф о й д а. Ҳар қандай фирмада менежернинг фаолияти унинг фирмага фойда келтиришни таъминлай олиши билан улчанади. Фойда — бу корхона эгаси ва ишчилар фаровонлигини оширишнинг асосий манбаидир. Шунинг учун фойда ва кўпроқ фойда олиш ҳар бир фирма учун асосий мақсаддир.

И с т и қ б о л. Фойданинг аҳамияти катта булишидан қатъи назар менежер фирманинг истиқболи ҳақида ҳам уйлаши лозим. Бу эса узоқ муддатли мақсадларга етишишга ёрдам беради. Масалан, менежер 2—3 йил мобайнида тушаётган фойданинг кўп қисмини ишчиларни мукофотлаш ёки ўз иш жойини жиҳозлаш учун эмас, янги асбоб-ускуналар сотиб олиш ва янги технологияларни жорий этиш учун сарф қилишга қарор қилди. Гарчи бошда унча катта фойда олинмаса ҳам маълум вақтдан сўнг бу фирмага жуда катта фойда келтиради. Демак, истиқбол ҳам умумий бўлган асосий мақсаддир.

Фирма фаолиятидаги санаб утилган учта умумий бўлган асосий мақсадлар бир-бири билан чамбарчас боғлиқдир.

Фирмада фаолият курсатаётган ҳар қандай жавобгар шахс, хоҳ у фирма бўлим бошлиғи, хоҳ менежер бўлсин фирманинг умумий мақсадини ўз бўлимининг хусусий мақсадига айлантира билиши керак, тушунарлики бу хусусий мақсад фирманинг умумий мақсадига зид бўлмаслиги ва умумий мақсадга хизмат қилиши керак. Хусусий мақсадлар бўлим ёки ходимнинг вазифасига қараб аниқланади. Масалан, ишлаб чиқаришни ташкил этувчи менежернинг мақсадлари бундай бўлади:

- мумкин қадар сифатли ва арзон хом ашё топиш;
- юксак такомиллашган технология қўллаш;

— купроқ сифатли товарлар ишлаб чиқариш.

Энди қандай соҳаларда мақсад қўйиш кераклигини куриб утаимиз.

Р е с у р л а р. Фирмадаги мавжуд ресурслардан — жиҳозлар, пул маблағлари ва ишчилардан — унумли фойдаланиш мақсади фирма фаолиятида муҳим урин тутади.

У н у м д о р л и к. Фирманинг мақсади бизнесдан мумкин қадар купроқ фойда олиш. Шунинг учун асосий вазифа ишлаб чиқаришни унумли технологиялар билан таъминлаш булади.

И с т ь м о л ч и л а р. Истъмолчилар эътиборини купроқ жалб қилиш мақсадида товарлар сифатини яхшилаш, хизмат турларини купайтириш ва намунали ҳолда бажариш керак.

Н о м, о б р у - э ь т и б о р. Ҳар қандай бизнесда ҳам ном қозониш ва обру-эътиборли булиш асосий мақсадлардан бири ҳисобланади.

М а қ с а д г а т а л а б л а р. Мақсадга бир қанча талаблар қўйилади. Жумладан, мақсадлар аниқ булиши лозим. Агар кузланган мақсадни бошқаларга тушунтириш имкони булмаса, яна бир карра мақсадни уйлаб куришга туғри келади.

Мақсадлар бозор муносабатларидаги узгаришларга қараб узгара олиши керак.

Мақсадлар реал, яъни эришила оладиган булиши керак. Агар мақсадлар қийин булса, унга эришиб булмайдми, бундай мақсадни кузлашдан манфаат йўқдир.

Янги мақсадларни бажаришдан аввал, илгари мулжалланган мақсадларнинг бажарилганлигини текшириб чиқиш керак.

- ?
- 1) Қандай мақсадлар ҳар қандай фирма учун умумий асосий мақсадлар ҳисобланади?
 - 2) Мақсадлар қандай соҳаларга йўналтирилади?
 - 3) Мақсадларга қандай талаблар қўйилади?

5.5. ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ДАСТУРИ ВА КАЛЕНДАР АСОСИДА РЕЖАЛАШТИРИШ

Ҳар қандай фирма уз ҳаракатини муайян мақсадга йўналтиргандан сунг шу мақсадни қандай амалга

ошириш режасини тузади. Ҳозирги замон иқтисодиётида барча йирик фирмалар ички режалаштиришни қўллайдилар.

Лойиҳасиз уй қуриб булмагани каби, режа тузмасдан туриб бизнесда бошқаришни амалга ошириб бўлмайди.

Менежерни ҳеч ким режа тузишга мажбур қилмайди. Режанинг муҳим эканлигини фирма фаолиятининг узи кўрсатиб туради. Кичкина фирмалар учун ҳисоб ёзувлари, ҳужжатлари, қолаверса менежернинг ҳаётий иш тажрибаси ва лаёқати режа вазифасини утайверади. Йирик корхоналар ва концернлар учун эса режалаштириш алоҳида аҳамиятга эга бўлади.

Ҳар бир фирма ўз режасини узи тузади. И ш л а б ч и қ а р и ш д а с т у р и в а м о л и я в и й р е ж а кенг тарқалган режа кўринишларидан биридир.

Саноат, қишлоқ ҳўжалиги, қурилиш ва транспорт соҳаларидаги фирмаларда ишлаб чиқариш дастури тузилади. Дастурда куйидаги саволларга жавоблар асосий урин тутгани маъқул:

1. Қанча ва қандай маҳсулот ишлаб чиқарилади?
2. Бунга қанча вақт сарфланади?
3. Ишлаб чиқаришга қанча одам жалб қилинади?
4. Қандай жиҳозлардан фойдаланилади?
5. Ишлаб чиқариш тухтаб қолмаслиги учун хом ашё ва материал заҳираси қандай булиши керак?

Ишлаб чиқариш дастури тузилгач, уни бажариш тартибини аниқлаш зарур, яъни қандай ишлар қай тарзда тақсимланиши ва бажарилиши кўрсатилган булиши керак. Бундай масалани ишлаб чиқариш технологияси ҳал қилади. Бироқ ҳар қандай ишда доимо уни режалаштиришда ҳисобга олиш зарур булган шундай факторлар вужудга келадики, улар буюрилган товарнинг ўлчамларига, маҳсулотнинг тури, фасллар алмашувига ва бошқаларга боғлиқ бўлади. Ишлаб чиқариш дастурини амалга ошириш учун қўлланидиган режалаштиришнинг айрим усулларини шу ва кейинги икки параграфда кўриб чиқамиз.

К а л е н д а р б у й и ч а р е ж а л а ш т и р и ш усули жуда кўп йирик фирмаларда қўлланилади. Календар режаларга 5.3-расмда мисоллар кўрсатилган.

5.3(а)-расмда уй-жой қурилишида банд булган фирма-нинг 4 ой давомида куп қаватли уйни қуриш к а л е н д а р р е ж а с и акс эттирилган. 5.3(б)-расмда маҳсулот ишлаб чиқаришда банд булган фирмага март ойи охиригача тайёр булиши керак булган 6 та буюртмани тайёрлашнинг календар режаси келтирилган.

N	ишлар	январь	февраль	март	апрель
1	тупроқ ишлари				
2	пойдевор қуриш				
3	монтаж ишлари				
4	сантехника ишлари				
5	электр асбоб урнатиш				
6	пардозлаш				

а)

станоклар	январь	февраль	март
N 1		1-буюртма	
N 2	2-буюртма,	3-буюртма	
N 3		4-буюртма,	5-буюртма
N 4	4-буюртма		
N 5			6-буюртма

б)

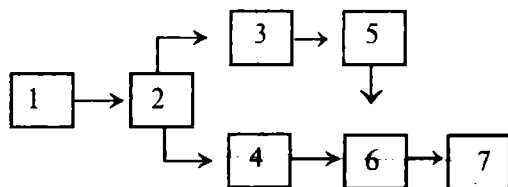
5.3-расм. Календар режа.

Календар режа графиги менежерга янги тушган буюртманинг бажарилишини таъминлашда ёрдам беради. Календар режанинг афзаллиги унинг содда ва аниқ эканлигидадир. Улар турли иш билан машгул булган, ҳар хил жиҳозларга эга булган фирмалар учун жуда фойдалидир.

- ?
- 1) Ишлаб чиқариш дастури ҳақида гапириб беринг.
 - 2) Календар буйича режа деганда нимани тушунасиэ?
 - 3) Узингизнинг 1 ойлик календар режангизни тузинг.

5.6. ТАРМОҚЛИ РЕЖАЛАШТИРИШ

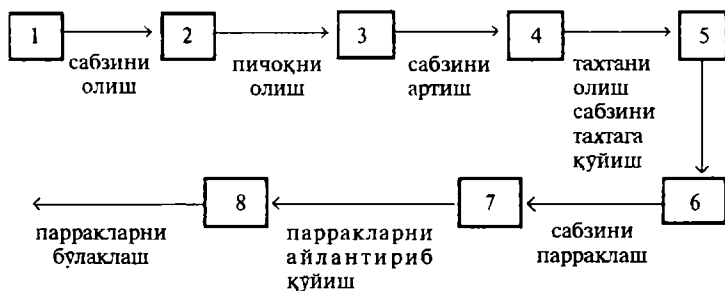
Ишлаб чиқариш жараёнининг баъзи бир вазифа ва тадбирлари фақатгина қатъий кетма-кетликда бажарилиши мумкин (масалан, уйнинг пойдеворини қурмай туриб, томни ёпиб булмайди). Бошқа ишларда эса вақтга қараб силжитиш имконияти мавжуд. Энг яхши кетма-кетликни топиш ва энг қисқа вақтга тухташ, яъни узилишларга йул қуймаслик менежернинг вазифасидир. Агар ишлар куп булиб, узаро бир-бири билан боғлиқ булса, у ҳолда тармоқли режалаштириш усули қулланилади. 5.4-расмда тармоқли режалаштириш графигига мисол келтирилган. Бу ерда стрелкалар ишнинг боришини, квадратчалар эса ишнинг бошланиши ёки тугалланишини билдиради.



5.4-расм. Тармоқли режалаштириш графиги.

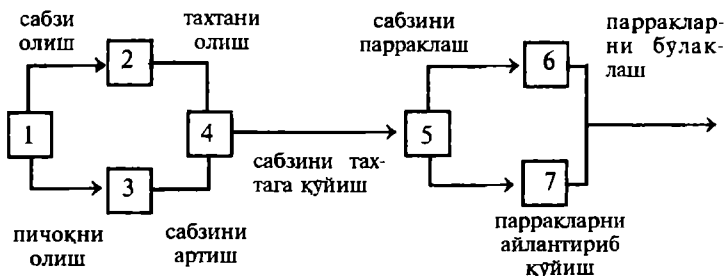
Ишлаб чиқариш жараёнининг ҳақиқий тармоқли режалаштириш графиги анча қийиндир. Масалан, бир ҳаётгий мисолни куриб чиқайлик. Фараз қилайлик, мақсадимиз тугралган сабзи тайёрлаш булсин.

Бу мақсадни амалга ошириш жараёнида бажариш лозим булган тадбирлар (ишлар) кетма-кетлиги 5.5-расмда курсатилган.



5.5-расм. «Сабзи туграш» кетма-кетлик жараёни графиги.

Бу тадбирларни қай тартибда бажариш мумкин?
Шундай усуллардан бири 5.6-расмда курсатилган.



5.6-расм. «Сабзи туғраш» тармоқли жараёни графиги.

Ишлаб чиқариш жараёнларининг бундай тузилган графиклари менежерга иш бажариш тартибини режалаштириш, уз вақтида бажарилишини кузатиш ва вақтдан унумли фойдаланиш имконини беради.

- ? 1) Тармоқли режалаштириш нима?
2) «Сабзи туғраш» мисолида кетма-кетлик ва тармоқли жараёнларни тушунтиринг?
3) Тармоқли режалаштиришга узингиз бирорта мисол келтиринг.

5.7. МОЛИЯВИЙ РЕЖА

Фирмани максимал даромад билан таъминлаш учун пул маблағларидан қандай фойдаланиш зарур?

Шу мақсадда тузилган режа м о л и я в и й р е ж а еки бюджет дейилади. Молиявий режада пул маблағининг қанчаси ишлаб чиқариш учун, қанчаси реклама учун, қанчаси янги асбоб-ускуналар сотиб олиш учун ва яна қанчаси ходимларни ўқитиш учун сарф қилиниши курсатиб утилади.

Келгуси йили учун молиявий режа тузилаётган вақтда, албатта, ҳар бир менежер маблағларни сарф қилиниши тўғрисида уз таклифларини уртага қуяди. Фирма раҳбарияти танлов утказиб, қайси булимга қанча маблағ ажратиш лозимлигини аниқлайди.

Фирма харажатларини тўғри ҳисоблаш бюджет ёрдамида ҳал қилинадиган масалалардан биридир. Режалаштириш даврида маҳсулот ишлаб чиқаришда кетган

барча харажатлар икки қисмга — тўғри ва қушимча харажатларга бўлинади.

Т у ў р и х а р а ж а т л а р. Маҳсулот тайёрлаш билан бевосита боғлиқ булган чиқимлар тўғри харажатлар дейилади. Масалан, хом ашё олиш учун, ишчиларнинг хизмат ҳақлари, асбоб-ускуналарни ишла-тиш учун сарф этилган ёқилғи-мойлаш харажатлари тўғри харажатлардир.

У с т а м а х а р а ж а т л а р. Маҳсулот ишлаб чиқариш жараёнини таъминлаш учун сарфланган харажатлар устама харажатлар дейилади. Устама харажатлар жуда ҳам хилма-хилдир. Масалан, маҳсулот тайёрланаётганда бинони иситиш ва ёритиш учун кетган чиқимлар, фирманинг ташкилий фаолиятини олиб борувчи ходимлар — директор, ҳисобчи ва бошқа хизматчиларнинг маоши устама харажатлардир.

Тўғри ва устама харажатлар биргаликда маҳсулотнинг т а н н а р х и ни белгилайди. Шундай қилиб, маҳсулот таннархи уни ишлаб чиқариш учун сарф қилинган харажатлардан иборат бўлиб, тўғри ва устама харажатлардан ташкил топади:

$$T = T_x + K_x.$$

Н а р х. Фирма бюджетида маҳсулот таннархи, яъни тўғри ва устама харажатлар қўзда тутилади. Барча чиқимлар фирма томонидан амалга оширилганлиги туфайли, у харажатлар ўрнини тўлдиришга интилади. Шунинг учун бу харажатлар маҳсулот нархига киритилади. Агар фирма товарни (маҳсулотни) ўз таннархига сотса, у ҳеч қандай манфаат кўрмайди. Шунинг учун товар нархи товарга сарф этилган тўғри ва қушимча харажатлар, яъни таннархдан ташқари яна шу товардан олиниши кутилаётган фойдадан (Кф) ташкил топади:

$$H = T + K_f.$$

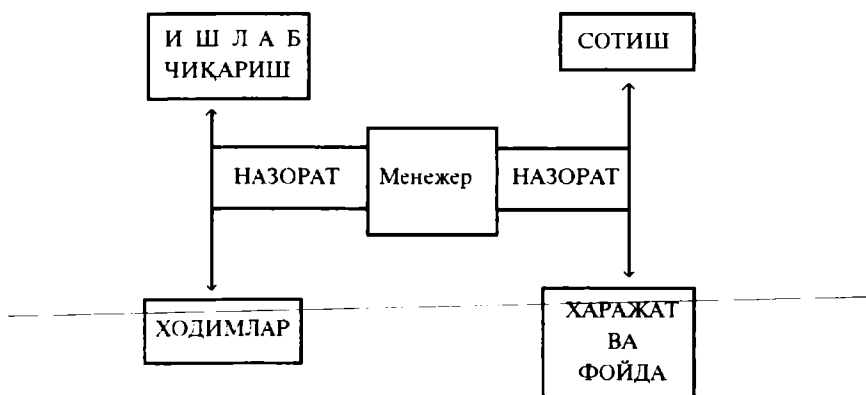
Бюджетларда харажатлардан ташқари яна кути-лаётган фойда миқдори ҳам режалаштирилади. Товар сотиб бўлингандан кейингина кутилаётган фойда миқдорини ҳақиқий фойда миқдори билан таққослаш мумкин.

- ? 1) Молгиавий режа нималарни уз ичига олади?
 2) Туғри ва устама харажатлар нима?
 3) Маҳсулот таннарни ва нархи нима?

5.8. МЕНЕЖЕРНИНГ НОЗИРЛИК РОЛИ

Режалаштириш фирманинг уз мақсадларини амалга оширишига ёрдам беради. Шу билан бирга режалар назорат воситаси ҳамдир. Менежер режа асосида, хоҳ у қозда булсин, хоҳ у менежернинг фикридан иборат булсин, бутун иш жараёнида доимо нима, қандай бажарилаётганини текшириб боради, яъни менежер шу асосда фирма учун назирлик ролини ҳам бажаради.

Назорат қилишнинг турлари хилма-хилдир. Нималар назорат қилинади? 5.7-расмда фирмаларнинг назорат қилинадиган фаолиятлари кўрсатиб утилган.



5.7-расм. Назорат қилинадиган фаолиятлар.

И ш л а б ч и қ а р и ш. Бу ерда маҳсулот сони, сифати, технологияга риоя қилиниши, ишнинг бажарилиш муддати назорат қилинади.

С о т и ш. Менежер сотишга қараб қанча товар сотилгани, қанчаси қолгани, қандай товарлар тез кетаётгани, қандай товарлар оморда туриб қолаётгани, қандай товарларга талаб кучли экани ҳақида маълумот тўплайди ва уларни назорат қилади.

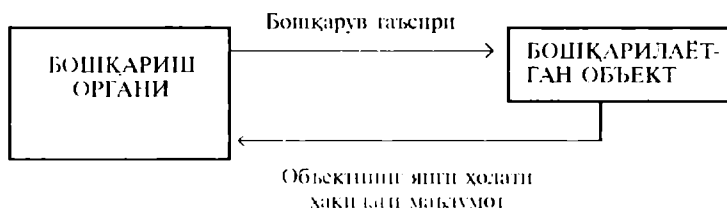
Х о д и м л а р. Кадрлар буйича менсжер одамлар билан боглиқ булган барча нарсаларни — ишчиларнинг уз бурчига муносабатини, ишга ксч қолиш ва сабабсиз келмаслик ҳолларини, қандай ишларга қушимча ходимлар кераклигини назорат қилади.

Х а р а ж а т. Фирманинг молиявий ишларига жавобгар менсжерлар кирим ва чиқим ҳамда ҳақиқий ва қутилаётган фойда мнқдорини таққослайди ва назорат қилади.

Назорат иш куни охиригача қилиниши мумкин. Бундай назорат муттасил назорат қилиш дейилади. Баъзи ишларни назорат қилиш эса маълум бир муддатда — ойда, квартал ва йилда бир марта амалга оширилади. Фирма молиявий аҳволини тула таҳлил қилиш бунга мисол булади.

Назорат қилиш формалари ҳам жуда хилма-хилдир. Масалан, ишлаб чиқаришда турли улчов асбоблари ва уларни кузатиш ёрдамида назоратни амалга ошириш мумкин. Молиявий фаолиятни ҳисоб-китоб ҳужжатлари орқали назорат қилинади. Менсжер қул остидаги бажарилаётган ишлар ҳақидаги ёзма ҳисоботлар ёрдамида ёки мунтазам йиғилишлар утказиб, мавжуд муаммоларни ҳал қилиш йули билан назорат қилиши мумкин.

Назоратни бошқарув жараёнида тескари алоқа деб ҳам аташади. Назорат туфайли бошқарилаётган объектга таъсир этилади ва унинг янги ҳолати туғрисида маълумот олинади. Бу маълумот асосида янги қарор қабул қилинади ва яна таъсир этилади (5.8-расм).



5.8-расм. Бошқарини бил тескари алоқа.

Назоратни туғри ташкил этилиши жуда муҳим бўлиб, у менежернинг қобилияти ва маҳоратига боғлиқ. Фаолиятнинг самарали булиши учун унинг ҳамма соҳаларида мунтазам назорат урнатилиши керак. Лекин шуни ҳам унутмаслик керакки, ҳар доим назорат қилавериш ҳам зарарлидир.

Таъкидлаб ўтганимиздек, назорат қилиш бошқариш жараёнида тескари алоқа вазифасини утайди ва режалаштириш билан узаро боғланади. Агар менежер фирманинг режаси ва амалдаги ишни таққослаганда улар орасидаги фарқни сезса, у ҳолда зудлик билан тафовут сабабларини урганиб чиқади ва шу асосда янги ечим қидириб, қарор қабул қилинади.

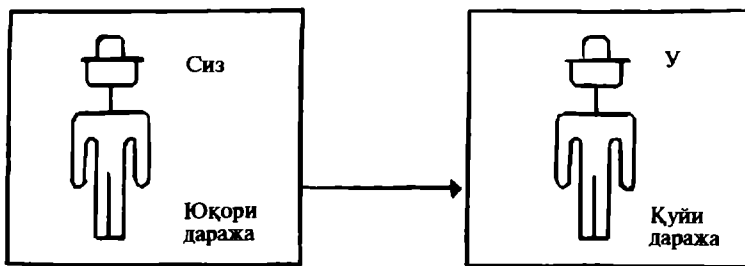
- ? 1) Қандай фаолиятлар назорат қилинади?
2) Назоратнинг қандай турларини биласиз?
3) Назоратнинг режалаштиришда қандай аҳамияти бор?

5.9. ФИРМАНИНГ ТАШКИЛИЙ ТИЗИМИ

Бошқаришни ташкил этиш фирмада ихтисослаштиришнинг қай даражада эканлигига боғлиқ булади. Олдинги бобларда таъкидланганидек хизматчиларни қанча турли-туман ишларни бажара олиши, фирмада ихтисослаштиришни шунча юқори даражада эканини ифодалайди. Фирманинг ихтисослашиш даражасига қараб, бошқаришни ташкил этишда турли хил т а ш к и л и й т и з и м л а р тузилади.

Фараз қилайлик, сиз унча катта булмаган бирор дукон эгасисиз, сиз билан бирга яна бир киши ишлайди. Сиз бир пайтнинг узида ҳам бошқарувчи, ҳам ҳисобчи, ҳам сотиш ва харид қилиш ишлари буйича агент вазифасини бажарасиз. Сиз билан бирга ишловчи киши сизнинг қўл остингизда ишлайди ва сотувчи, кассир, юк ташувчи ва фаррош вазифаларини бажаради. Узаро амалий муносабатларингизни 4.9-расмдаги каби тасвирлаш мумкин. Бу схема с о д д а т а ш к и л и й т и з и м дейилади. Содда ташкилий тизим юқори ва қуйи даражали қисмларга булинади.

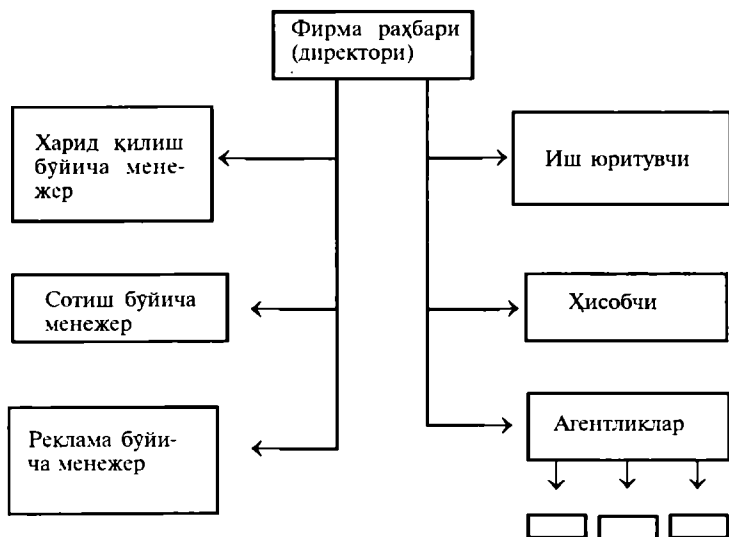
Фараз қилайлик, энди сиз турли жойларда бир неча дуконга эга булдингиз. Фирмангизнинг иши бир



5.9-расм. Соғда ташкилий тизим тархи.

оз мураккаблашади, энди сиз харид қилиш ва сотиш билан, ҳисоб-китоб ва иш ҳужжатларини юритиш билан шугуллана олмайсиз. Бундан ташқари ҳамма дунконларни бирданига бошқариш имкониятига жисмонан эга бўлмайсиз. Шунинг учун сиз одамлар еллайсиз. Фирманинг иш фаолияти мураккаблашади ва мураккаб ташкилий тизим ҳосил бўлади (5.10-расм).

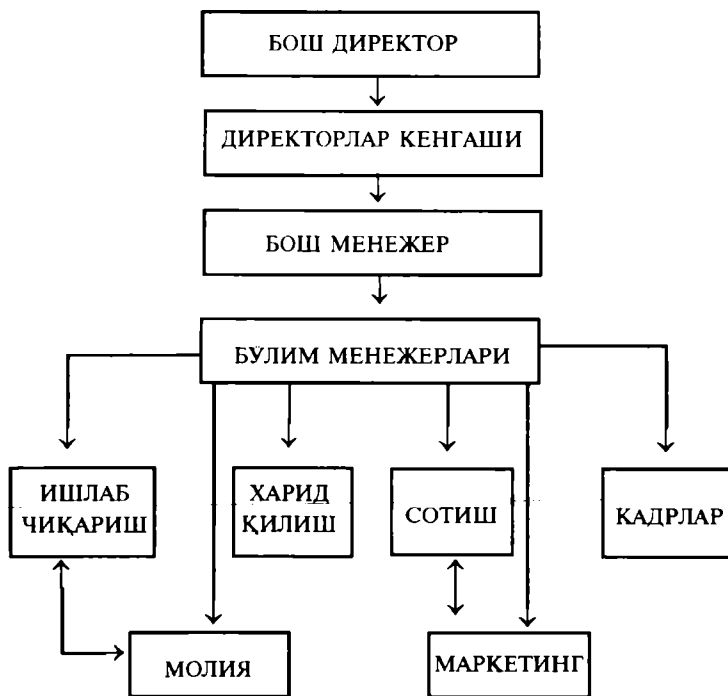
Янги тизимнинг аввалгисидан асосий фарқи фақат хизматчилар сонининг куплигида бўлмай, балки бир



5.10-расм. Мураккаб ташкилий тизим.

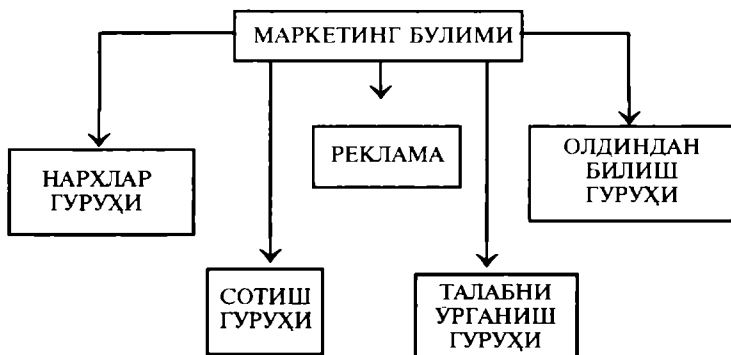
неча қўйи даражали қисмлардан ташкил топганлиги-
дадир. Энди ишчи ва ходимларнинг бир қисми бево-
сита сизга эмас, балки дуконларни бошқарувчи мене-
жерларга буйсунади.

Тизимдаги элементлар ва даражалар сони фирма
фаолиятининг кенгайиши билан кучаяверади ва йи-
рик компанияни бошқаришдаги ташкилий тизимни
ҳосил қилади (5.11-расм). Йирик компанияни бошқа-
риш ташкилий тизими юқори ва қўйи даражалардан
ташқари бир нечта оралиқ даражаларни ўз ичига ола-
ди.



5.11-расм. Йирик компанияни бошқариш ташкилий тизими.

Ҳар бир булим ҳам узининг ташкилий тизимига
эга. У қандайдир аниқ бир муаммо билан шуғулланув-
чи ишчилар гуруҳидан иборат булади. Масалан, 5.12-
расмда маркетинг булими ташкилий тизими тасвир-
ланган.



5.12-расм. Фирма маркетинг бўлимининг ташкилий тизими.

Маркетинг сузининг маъноси ва унда урганиладиган муаммолар билан эса кейинги бобларда танишамиз.

- ? 1) Ташкилий тизим қандай тузилади?
 2) Содда ташкилий тизим қандай бўлади?
 3) Мураккаб ташкилий тизимчи?

5.10. ФИРМАНИ БОШҚАРИШДА МУҲИМ РОЛЬ УЙНАЙДИГАН ОМИЛЛАР

Ташкилий тизим қанча мураккаб ва сертармоқ булса, фирмани бошқаришда муҳим роль уйнайдиган турли омиллар ҳам шунчалик куп бўлади. Шундай омиллардан баъзиларини куриб утамиз.

1. **В а к о л а т.** Ваколат — ҳуқуққа эгаликни бирор кишига топшириш демакдир. Бош менежер бутун иш учун жавобгардир. Лекин амалда унинг бир узи бундай катта ҳажмдаги ишни бошқара олмайди, шунинг учун уз вазифасининг бир қисмини махсус ихтисослашган менежерга топширади ва бу вазифаларни бажаришда бурч ва ҳуқуқларга эгалик қилиш ваколатини беради ҳамда уни назорат қилади. Уз навбатида менежерлар ҳам бўлимга тааллуқли булган масалаларни ҳал қилиш ҳуқуқини шу ишга жавобгар булган аниқ бир одамга топширадилар.

2. **М у в о ф и қ л а ш т и р и ш.** Иш бўлим ва одамлар орасида тақсимлангандан кейин уларни ба-

жариш учун куч ва ҳаракатларни мувофиқлаштириш зарур бўлиб қолади. Узаро бўлинган ишлар сони қанча кўп бўлса, уларни мувофиқлаштириш шунчалар мураккаблаша боради. Бошқарув тизимининг ҳар бир табақаси гуруҳида мувофиқлаштириб иш юритиш ахборотларнинг бир гуруҳдан иккинчи гуруҳга тезроқ етиб боришини таъминлайди.

3. **Б и л и м д о н л и к.** Ҳар бир фирма ишчисининг жавобгарлик даражаси аниқ, пухта белгиланган бўлмоғи ва ҳар бир табақа гуруҳ раҳбари ўз қўл остидаги ходимга топширилган вазифани уддалай олишига ишонч билдирмоғи зарур. Менежернинг билимдонлиги бутун фирма ёки бўлим ишларининг бажарилишини қандай ташкил этиши билан белгиланади.

4. **М а р к а з л а ш т и р и ш.** Бажариладиган ишлар ва хизматчилар қанча кўп бўлса, марказлаштириш меъёрини аниқлаш, яъни ҳуқуқларнинг қайсилари марказда, қайсилари тизимга кўра «қўйиға» топширилиши белгилаб қўйилиши лозим. Санаб утилган омиллар бир-бирига узвий боғлиқ бўлиб, уларнинг ечилиши менежернинг тажрибаси ва қобилиятига боғлиқ бўлади.

Менежер юқоридан то қўйиғача унумли ташкилий тизимни барпо этиши зарур. Бўлимларга мос раҳбарлар танлаш, уларнинг ишини мувофиқлаштириш, бошқарув штатини ушиб кетишига йўл қўймасликни назорат қилиш бу ташкилий тизимда муҳим аҳамиятга эга. Бошқарувнинг ҳар қандай даражасида менежернинг асосий вазифаси — ишнинг бажарилишини ташкил қилишдан иборат. Амалда ҳар бир корхона ёки фирмада ишга қўйилган шундай иш бошқарувчиларни (менежерларни) учратиш мумкинки, у қўл остидаги одамларнинг ишни бажариб ташкил этиш урнига ўзи улар учун ишлашга ҳаракат қилади. Бундай одам ҳеч қачон яхши менежер бўла олмайди.

Ҳар қандай энг катта ва мураккаб бошқаришнинг ташкилий тизими ҳам бир жойда «қотиб» қолиши мумкин эмас. Тизимнинг мослашувчанлиги фирманинг бозор ўзгаришларига тез таъсир қилиши ва кўникиши учун зарур омилдир. Албатта ҳар қандай ўзгариш ташкилий тизимни кўриб чиқишини тақозо қила-

вермайди. Баъзи фирмалар барқарор тизимга эга, чунки улар доимо бир хил маҳсулот ишлаб чиқаради. Баъзи фирмалар эса узгармас тизимга эга булмасликлари ҳам мумкин. Масалан, якка тартибда қуриладиган уйлар лойиҳасини тайёрловчи фирмани олайлик. Унда бир неча турли ихтисосга эга булган мутахассислар: архитекторлар, инженер ва асосий мутахассислар ишини мослаштириб буюртма қабул қилувчи менежерлар ишлайди. Бирор лойиҳа тайёрлаш учун мутахассислар гуруҳларга бирлашадилар ва муайян ташкилий тизимни ҳосил қилишади. Бошқа буюртма олинганда бу гуруҳлар булиниб, янги ташкилий тизимни тузишади.

- ?
- 1) Ташкилий тизимда муҳим роль уйнайдиган қандай омиллар мавжуд?
 - 2) Ташкилий тизимнинг мослашувчанлиги нимани англатади?
 - 3) Сизнинг фикрингизча юқорида келтирилган омилларнинг қайси бири энг муҳим?

5.11. ФИРМАДА МЕНЕЖЕР ВА ИЖРОЧИЛАР ҲУҚУҚИДАГИ МУНОСАБАТЛАР

Маълумки, кундалик турмушда одамлар бир-бирлари билан қандайдир алоқада буладилар. Одамлар орасидаги муносабатлар усули а л о қ а дейилади.

Фараз қилайлик, синфда «Иқтисодиёт ва бизнес асослари» дарси булмоқда. Уқитувчи «Товар ҳаракатининг қандай босқичларини биласиз?» — деб суради. Бу саволга синф уқувчилари қуйидагича муносабат билдиради.

Карим: — Нима?

Зокир: — Елкасини қисиб жим турибди,

Дониёр — шошиб-пишиб «Иқтисодиёт ва бизнес асослари» китобини варақлай бошлайди,

Ҳожибой: — «Товар узи нима?» — деган эди, ҳамма кулиб юборди,

Малоҳат — нималарнидир ёзиб утирипти,

Доноҳон: «Товар ҳаракатининг ишлаб чиқариш, тақсимот ва истеъмол босқичлари мавжуд»...

Уқитувчи саволини хабар дейиш мумкин. Бу хабар савол ҳолида етказилмоқда. Хабар, албатта таъкид куринишида ҳам булиши мумкин. Мисолдан куринадики, одамлар хабарни турлича қабул қилади ва бу хабар уларда турлича таъсир қолдирмоқда. Масалан, Малоҳат учун бу хабар даҳлсиз, у уз иши билан машғул булмоқда. Карим бу хабарга муносабат билдирмоқчи, лекин хабарни кечикиб қабул қилди, уни англай олмади. Зокир хабарни эшитди, лекин жавоб бермаяпти, ё нима деб жавоб беришни билмаяпти, ёки жавоб беришни хоҳлаяпти. Дониёр жавоб беришни билмайди, лекин қаердан жавоб топишни билди. Ҳожибой жавоб беришни билмайди, унинг мақсади уртоқларини кулдириш. Доноҳон эса хабарни тугри қабул қилиб, тугри жавоб беради.

Энди уз хабарига бундай хилма-хил жавоб олган уқитувчининг тескари алоқасини қарайлик, яъни бу жавоблар унга қандай таъсир этишини курайлик. Улар қуйидагича булиши мумкин:

1. У Доноҳоннинг тугри жавобидан қаноатланиб, кейинги хабарни бериши мумкин.

2. Ҳамманинг эътиборини муҳокама қилаётган нарсига қаратишга уриниб куриши ёки Малоҳатни доскага чиқариб Доноҳон айтган таърифни чизмада изоҳлаб беришни сураши мумкин.

3. Сурашнинг паст натижасидан қаноатланмай, уқувчиларнинг активлигини ошириш учун дарсни бошқа бир усулда олиб боришга ҳаракат қилиши мумкин.

Биз куриб утган мисолдаги каби бизнес ва фирмани бошқаришда ҳам алоқа муаммолари муҳим муаммолардан биридир. Фирма, булим ва гуруҳдаги одамлар орасида қандай муносабатлар юзага келади? Одамлар ва раҳбарият уртасида-чи? Менежер ишга фойда қилиш учун бу муносабатларга қандай таъсир курсата олади? Бошқариш ташкилий тизимининг «юқори» қаватидан ахборот «қуйи»га ва аксинча «юқори»га қандай етказилади?

Бу саволларга уз вақтида жавоб топа билиш менежернинг бурч ва вазифалари жумласига киради.

- ?
- 1) Алоқа нима?
 - 2) Хабар ва унга булган муносабатта мисол келтиринг.
 - 3) Бизнесда «алоқалар» тушунчаси билан боғлиқ булган муаммоларга мисоллар келтиринг.

5.12. ТАЛАБНИ ОЛДИНДАН АЙТИШ — БИЗНЕСДАГИ МУВАФФАҚИЯТ ГАРОВИДИР

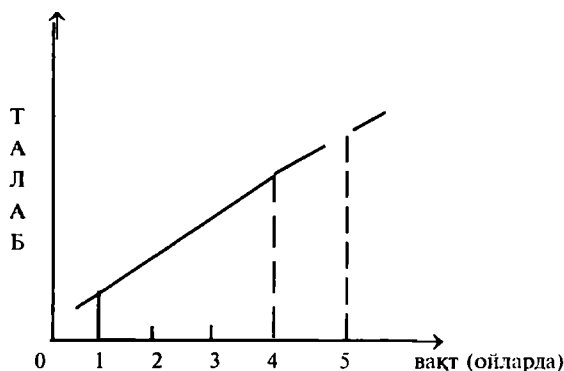
Ноаниқлик. Инсон ҳамма вақт қисман ноаниқлик шароитида ҳаёт кечиради. Унинг ҳаёти қанча тартибли, улчовли, режали булмасин, вақт утган сайин кутилмаган ҳолатлар пайдо булиши мумкин ва улар режаларни ўзгартиришга мажбур этади.

Бизнесда ҳам бундай кутилмаган ўзгаришлар бўлиб туради. Корхона эгаларининг иш фаолияти савдосотиқдаги таваккалчиликка боғлиқ, янги шароитлар унга муваффақият ёки муваффақиятсизлик келтириши мумкин. Табиийки, фирма ҳар эҳтимолга кура таваккал қилиши керак бўлади. Бунинг учун маълум бир яқин вақтда ёки кейинроқ қандай ўзгаришлар юз бериши мумкинлигини ўз вақтида кура билиш зарур. Худди мана шу хусусият олдиндан айтиш бўлади.

Талаб. Ҳар қандай фирма одамлар ёки бошқа фирмаларнинг қандайдир товарга булган эҳтисжини қондириш ёки бирор хизмат курсатиш учун фаолият олиб боради. Албатта бу товарларга, курсатиладиган хизматларга талаб бўлади. Агар талаб тусатдан камайиб кетиб товар сотилмай қолса ва фирма маҳсулот учун кетган харажатларни қоплай олмаса, табиийки у зарар куради. Бу ҳол узоқ давом этса фирма хонавайрон бўлади ва ўз фаолиятини тухтатишга мажбурдир. Бизнесдаги олдиндан айтишнинг энг асосий муаммоси — талабни олдиндан айтиб беришдир. Нархни, сотишни, маблағлар ҳаракатини, ишлаб чиқаришни олдиндан айтиш мумкин, лекин улар ҳаммаси талабни олдиндан айтиш учун ёрдамчи вазифасини бажаради.

Олдиндан айтиш нималарга асосланади? Купинча у тахминларга асосланади. Агар узоқ вақт давомида воқеалар шундай содир булган бўлса, эҳтимол яна қандайдир вақт давомида худди шундай содир булар

деб олишимиз табиийдир. Бу мулоҳазани бир суз билан ифодаласак, қонуният деб аталади. 5. 13-расмда талаб ўсиши қонуниятининг графиги акс эттирилган.



5. 13-расм. Талаб ўсиши қонуниятининг график тасвири.

Бу ерда узлуксиз чизик (4 ой) талабнинг аста-секин ўсишини кўрсатади. Пунктир чизик эса тахминан бешинчи ойда ҳам аввалги тўрт ойдагидек талабнинг ўсишини кўрсатади. Демак, олдиндан айтиш учун энг аввало фирма ишлаб чиқараётган маҳсулотга қандайдир вақт ичида талабнинг қандай ўзгараётганлигини билиш зарур.

Баъзи товарларга талаб вақтдан қатъи назар ўзгармасдир; масалан, нон, туз, сут ва сут маҳсулотлари, соат, уй-рузгор анжомларига хизматлар ва ҳоказолар. Бошқа товарларга талаб вақти-вақти билан ўзгариб туради. Масалан, транспортда юриш чиптасига талаб ўтаётган ойнинг охири ва янги ойнинг бошида кескин ортади, кейинроқ эса тезда пасаяди, йил давомида ўқувчилар дафтарига талаб деярли уртача, август-сентябрь ойларида жуда юқори бўлади. Баъзи бир товарларга талаб мавсумий хусусиятга эга. Масалан, қишки ва ёзги уст-бошларга, чана, чанги, конькиларга, туристик хизмат кўрсатишга, чанқов бости ичимликларга талаб мавсумга қараб ўзгариб туради. Баъзан бозорда биринчи пайдо бўлган товар харидорлар диққатини тортади, унга талаб кундан-кунга ортиб боради. Бир вақтнинг ўзида бу янги товар қайсидир бир

товарни бозордан сиқиб чиқаради, натижада эски товарга талаб пасаяди.

Фирмалар талабнинг бу хусусиятларини ҳисобга олиши керак. Товарга талаб орта бошлаган пайтда уни қондириш учун хом ашё ёки тайёр маҳсулот заҳирасини ҳозирлаб қўйиши лозим. Шунингдек, фирмалар талабнинг тараққиёт йулларини, яъни қонуниятларини ўз вақтида урганиб, режалаштиришда уларни ҳисобга олиши керак. Агар талаб ортиб кетса, қушимча ишлаб чиқариш жойларини тайёрлаш ва янги асбоб-ускуналар сотиб олишни куриб чиқиш керак. Аксинча, талабнинг пасайиши сезилса, фирма бошқа янги маҳсулот ишлаб чиқаришни уйлаши ва унга кетадиган харажатларни ҳисоб-китоб қилиши керак. Олдиндан айтиш булими менежери талаблар ҳақида маълумот олгандан кейин у келгусида талабга яна нималар таъсир қилиши туғрисида уйлаши ва талабнинг ўзгаришига таъсир қилувчи омилларни аниқлаши керак. Бу омиллар жуда ҳам хилма-хилдир, масалан, моданинг ўзгариши, маҳсулотнинг эскириши, янги товарларнинг ва сотиш бозорининг пайдо булиши шулар жумласидандир. Тадбиркор ёки менежер бу шароитларни қандай куриб чиқади? Бозорни урганиш учун нималар қилиш керак? Бу саволларга кейинги бобларда киритиладиган «маркетинг» тушунчаси жавоб беради.

- ? 1) Олдиндан айтиш деганда нимани тушунасиз?
2) Қонуният деб нимага айтилади?
3) Олдиндан айтишнинг бизнесда муҳимлиги нимада?

5.13. ОЛДИНДАН АЙТИШНИНГ УСУЛЛАРИ

Олдиндан айтиш учун қандай усулларни қўллаш мумкин? Шу усулларнинг баъзилари ҳақида сўз юри-тайлик.

Экспертлар. Унча катта булмаган фирмаларда менежер ўз билими ва тажрибасига таяниб, ўз товарига баҳо бера олади.

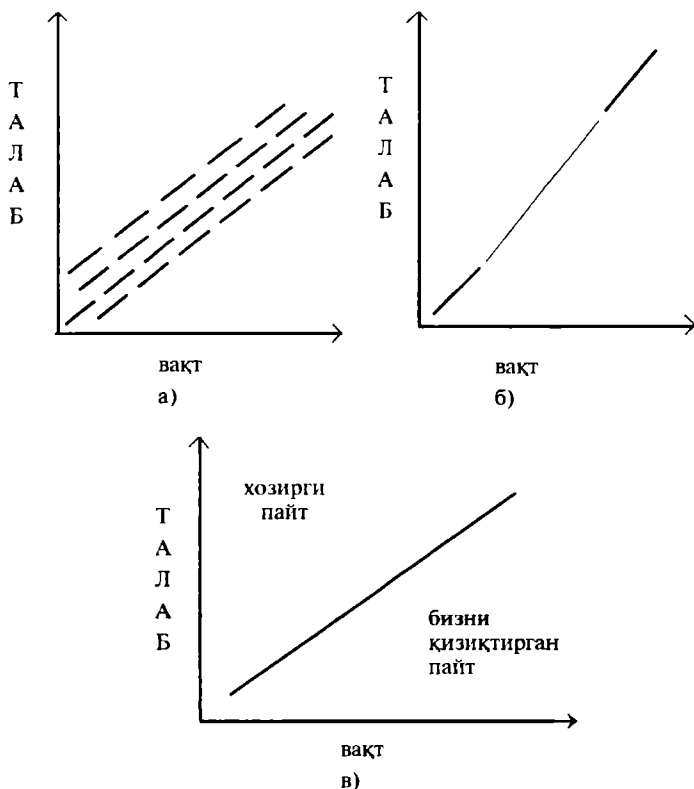
Агар фирма катта булиб, хилма-хил маҳсулот ишлаб чиқарса, раҳбарлар махсус мутахассислар — экспертларга мурожаат қилишлари керак. Экспертлар

савдо-сотик, нарх ва талаб соҳасидаги тажрибали му-
тахассислар булиб, раҳбарларга уз маслаҳатларини бе-
радилар. Олдиндан айтишнинг бу усули эксперт баҳо-
лар усули дейилади. Экспертларга бир қанча саволлар
берилади, сунгра улардан жавоблар олишади, кейин
суроқлаш натижалари, яъни экспертларнинг фикрла-
ри жамланиб, махсус тарзда ишлаб чиқилади ва бу
асосда талаб диаграммалари ҳосил қилиниб, олдин-
дан айтишга айлантирилади. Бирор нарсани олдин-
дан айтиб беришда экспертлар қанча кўп булса, шун-
ча яхши булади.

Статистика. Ҳозирги пайтда ҳеч бир соҳа (хоҳ у
табiiй ёки кимёвий тажрибалар, хоҳ у социологик
тадқиқотлар булмасин) кузатишлар натижаларини
статистик таҳлил қилишсиз иш қура олмайди. Статис-
тик усуллар билан сиз деярли ҳар куни тўқнашасиз,
масалан, бозорда пиёз нархини сотувчилардан сураб
чиқасиз: 8 сўм, 10 сўм, 18 сўм, 12 сўм, 14 сўм, 20 сўм,
25 сўм ва ҳоказо. Шундан кейин сиз нархларни
таққослаб (албатта, маҳсулот сифатини ҳам эътиборга
оласиз), бошқача қилиб айтганда керакли статистик
маълумотни олиб, уни таҳлил қилиб сунгра қабул
қиласиз: сотувчиларнинг қайси биридан қанча пиёз
сотиб олишни ҳал қиласиз.

Агар сиз бирор фирма раҳбари булсангиз ва фирма
ишлаб чиқариши учун товарлар сотиб олишингиз ке-
рак булса бу иш янада мураккаблашади.

Статистика табиат ва жамиятда буладиган ўзга-
ришларни миқдорий жиҳатдан урганадиган фандир.
Статистик усул билан маҳсулот ишлаб чиқариш ва
сотиш миқдори тўғрисидаги маълумотлар тупланеди.
Бу маълумотларга кура график тузилади (5. 14-расм, а)
сунгра нукталар бирлаштирилиб (5. 14-расм, б) қан-
дайдир чизик ҳосил қилинади. Математика курсидан
чизикларнинг хилма-хил турлари — тўғри чизик, пара-
бола, гипербола ва ҳоказолар сизга маълум. Ҳар бир
чизик қандайдир функциянинг графигидан иборат
деб қарасак булади. (5. 14-расм б)да талабнинг вақтга
боғлиқлиги гипербола куринишида берилган. Агар та-
лабни кейин ҳам вақтга боғлиқ деб фараз қилсак, у
ҳолда талаб чизигини бизни қизиқтирган вақтгача да-



5. 14-расм. Статистик маълумотларга қўра олдиндан айтиш.

вом эттириш (5. 14-расм, в) ва талабни олдиндан айтиб бериш мумкин.

Амалда олдиндан айтиб беришни ташкил этиш жуда мураккаб ва мушкулдир. Бунинг учун математик аппарат ва компьютерда ҳисоблаш дастурларини қўллаш лозим бўлади. Гарча бундай йўл билан олинган олдиндан айтиш бирмунча мавҳум бўлса ҳам амалда у менежер учун катта аҳамиятга эга ва мақсадларга эришишнинг асоси бўлиб хизмат қила олади.

- ?
- 1) Экспертлар кимлар ва улар олдиндан айтиб беришда қандай роль ўйнайдилар?
 - 2) Олдиндан айтиб беришда статистик усулнинг моҳияти нимадан иборат?
 - 3) Амалда олдиндан айтишнинг мураккаблиги нимада?

Х у л о с а

Маълум бўлдики, менежер фаолияти жуда кенг ва хилма-хилдир. Менежер ишида мақсадни танлай билиш, уларни ўз ўрнига қуйиш ва амалга оширишни ташкил этиш катта аҳамиятга эга. Кўйинги бобларда мақсадга етишнинг асосий воситалари бўлган пул ва одамлар ҳақида суз юритамиз.

М а ъ р у з а в а р е ф е р а т л а р

1. Ўз хоҳишингизга кўра бирор фирмани танлаб олинг ва «...фирмасида бошқарув» деган мавзуда реферат ёзинг. Рефератда қуйидаги саволлар акс эттирилган бўлсин.

а) Фирма нима билан шуғулланади? Унинг мақсадлар системаси қандай?

б) Фирманинг ташкилий тизими қандай? Уни ким бошқаради? Фирмада қандай бўлимлар бор? Ҳар бир бўлимнинг ташкилий тизими қандай? Схема ва расмларда курсатинг.

в) Фирмада ишчилар қандай вазифани бажаришади? Менежмент билан неча киши шуғулланади? Бошқариш фирмада қай даражада марказлашган?

г) Фирма ўз фаолиятида режалантиришни қандай қўллайди? Унда ишлаб чиқариш дастури борми? Фирма бюджети, харажатлари ва фойдаси ҳақида нималар маълум?

д) Фирмада назорат қилиш, алоқалар, олдиндан айтиш муаммолари қандай ҳал қилинади?

2. «Бошқарув назарияси» деган мавзуда реферат ёзинг ва оғзаки маъруза қилинг.

С и з ш у б о б д а т а н и ш г а н я н г и
т у ш у н ч а л а р :

бошқарув (бошқариш)
мақсад
асосий мақсад
умумий мақсад
хусусий мақсад
назорат

олдиндан айтиш (башорат, истиқболни кура билиш)

менежмент

менежер

режа

режалаштириш

календар режалаштириш

тармоқли режалаштириш

ишлаб чиқариш дастури

молиявий режа

таннарх

ташкилий тизим

ваколат

мувофиқлаштириш

омилкорлик

марказлаштириш

эксперт

статистика

омон қолиш

истиқбол

6-БОБ
ФИРМА
МАБЛАҒЛАРИ,
БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ
ВА ТАҲЛИЛ



ФИРМА МАБЛАҒЛАРИ, БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ ВА ТАҲЛИЛ

1. Айирбошлаш занжири ва маблағлар.
2. Соф фойда — бизнесни маблағ билан таъминлашнинг асосий ички манбаи.
3. Чегириб қолинадиган маблағлар фонди.
4. Банк кредити.
5. Савдо кредити.
6. Ҳаётимизда битимларнинг урни.
7. Бизнесда ҳисоб-китоб.
8. Самарадорлик ва рентабеллик.
9. Барқарорлик ва тулашга қодирлик.

6.1. АЙИРБОШЛАШ ЗАНЖИРИ ВА МАБЛАҒЛАР

Биз ҳозирча товар ва пул алмашувида битта сотувчи ва битта харидорни алоҳида курдик ва улар орасидаги айирбошлаш бизга ягона айирбошлашдек туюлди. Лекин ҳаётда товар ва пул алмашуви иккита объект (сотувчи ва харидор) уртасидаги муносабат билан чегараланиб қолмайди. Ҳар бир товар ишлаб чиқарувчи ёки сотувчи уз навбатида бошқа товарлар истеъмолчиси булганлиги учун, бозордаги ҳар бир сотувчи ва харидор орасидаги муносабат бу алоҳида битта жуфтлик эмас, асли товар ва пул алмашувчилар занжирининг бир қисмидир.

Масалан, новвой нон ишлаб чиқарувчи (сотувчи) булиши билан бир қаторда у ун ва нон цехи (заводи) учун керакли дастгоҳлар истеъмолчиси (харидори) ҳамдир. Ун заводи эса уз навбатида дон маҳсулотлари ва ун заводи учун зарур дастгоҳлар харидоридир. Нон харид қилувчи эса (у ишчи, ишбилармон, врач, уқитувчи булиши мумкин) бу айирбошлаш занжирида фақат истеъмолчидир. Нон харид қилиш учун у пулни бутунлай бошқа айирбошлаш занжиридан олади.

Айирбошлаш занжиридаги пул ҳаракати пул муносабати дейилади.

Биз кундалик ҳаётимизни пулсиз тасаввур қилишимиз қийин. Дукондан ёки бозордан нимадир харид қилиш учун ёки шаҳар транспортдан фойдаланиш учун пул тулашга мажбурмиз. Банкдаги уз ҳисоб варақамиздан фойдаланиш учун ҳам албатта пулга мурожаат қиламиз. Шунинг учун биз пул муомала воситасидир деймиз.

Фирма учун керакли нарсаларга сарфланаётган пулни бошқача қилиб маблағ дейиш мумкин.

Пул воситаларини ишбилармонлик фаолиятига, яъни бизнесга жалб қилиш бизнесни маблағ билан таъминлаш дейилади.

- ? 1) Айирбошлаш занжирини қандай тушунасиз?
2) «Пул муносабати» нима?
4) «Маблағ» тушунчасини изоҳлаб беринг.

6.2. СОФ ФОЙДА – БИЗНЕСНИ МАБЛАҒ БИЛАН ТАЪМИНЛАШНИНГ АСОСИЙ ИЧКИ МАНБАИ

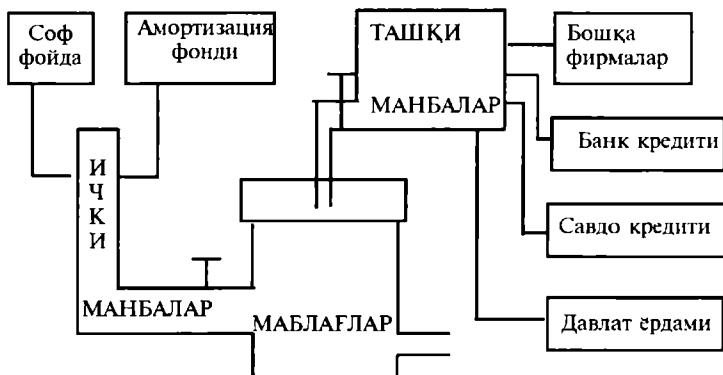
Агар сизга уз эҳтиёжингиз учун пул зарур булса ота-онангиз, қушни, уртоғингиз ёки қариндошларингиздан олишингиз мумкин.

Сизни энди тадбиркор деб фараз қилайлик. Сиз узингизда бор маблағларни сарфлаб фирма очдингиз дейлик. Фирмангиздаги мавжуд маблағлар (устав капитали, фирма мулклари) бизнесни бошлашга (бинони ижарага олиш ёки сотиб олиш, зарур материаллар, дастгоҳлар, жиҳозлар ва ҳоказолар учун) старли булмаса нима қилиш керак?

Ҳаракатдаги фирма эгаси қандайдир пайтда ишни кенгайтиришни хоҳлаб қолиши турган гап, албатта. Агар буни мавжуд маблағлар доирасида амалга ошириш мумкин булмаса, у қандай манбалардан фойдаланиши мумкин?

Бизнесда маблағ билан таъминлашнинг барча манбаларини иккига, яъни ички ва ташқи манбаларга булиш мумкин (6. 1-расмга қаралсин).

Фирма уз фаолияти натижасида узини-узи таъминлаш учун маблағлар ярата оладими? Фирманинг фаолияти натижасида олинган даромадлар қай йусинда тақсимланади?



6. 1-расм. Бизнесни маблағ билан таъминлаш манбалари.

Даромад ва фойда тушунчаларини олдиндан билган ҳолда биз фойда формуласини бошқачароқ куринишда ёзамиз ва бунда таннарх (Т) тушунчасини киритамиз:

$$\Phi = H - T.$$

Бу ерда: Φ — бир бирлик (1 кг, 1 метр ва ҳ. к) товарни ишлаб чиқаришдан ёки сотишдан олинган фойда, H — бир бирлик товарнинг нархи, T — бир бирлик товарнинг таннархи.

Шу формуладан куришиб турибдики, фирмага тушган фойда миқдори нарх ва таннархга боғлиқ.

Агар таннарх доимий булиб нарх даражаси қанча юқори булса, H ва T уртасидаги фарқ, яъни фойда ҳам шунча куп булади. Бошқача қилиб айтганда, фойда нархга туғри пропорционалдир.

Аксинча, товар ишлаб чиқариш учун қанча куп сарф-харажат қилинган булса, фойда шунча кам булади. Демак, фойда сарф-харажатга тескари пропорционал боғлиқдир. Фирманинг фойда миқдорига таъсир курсатадиган яна бир омил бу вақтдир. 200000 сумлик товарга эга булган фирмани кўз олдингизга келтиринг. Бу товарни сотишдан у 90000 сум фойда олиши маълум булсин.

Агар ҳамма товарни сотиш учун олти ой вақт кетса, бу фойдани у олти ойдан кейин олади. Агарда у ҳамма товарни уч ойда сотиб булса, юқоридаги фойдани у икки марта қисқа фурсатда олади.

Оборот — бу фирма уз маҳсулотини ишлаб чиқариш ва пуллаш вақтидир. Фирма оборотини бир йилдаги оборотлар сони билан улчаш мумкин.

Юқорида келтирилган мисолда фирма биринчи ҳолда бир йилда иккита оборот ($12:6=2$), иккинчи ҳолда эса тўртта оборот ($12:3=4$) қилади. Бунда оборотлар сонига кура йиллик фойдани аниқлаш мумкин (ҳар бир оборотда бир хил миқдордаги товар сотилади деб фараз қилинади).

Биринчи ҳолда: $\Phi=2 \cdot 90000 = 180000$ сум.

Иккинчи ҳолда: $\Phi=4 \cdot 90000 = 360000$ сум.

Демак, фойда фирма оборотига тўғри пропорционал равишда боғлиқ булар экан.

Юқоридаги формула билан аниқланган фойда фирманинг ялпи фойдаси дейилади. Бу фойданинг бир қисми давлатга солиқ тулаш учун кетади. Қанчадир маблағ банкка процент қилиб топширилади (бу ҳақда бир оз кейинроқ гаплашамиз). Шу харажатлар ялпи фойдадан чегириб ташланса, қолганлари ортиб қолган ёки соф фойда дейилади. Соф фойда бизнесни маблағ билан таъминлашнинг асосий ички манбаси булиб хизмат қилади.

- ? 1) Бизнесни маблағ билан таъминлашнинг қандай манбалари мавжуд?
- 2) Фойда нархи тўғри пропорционал деганда нимани тушунасиш?
- 3) Соф фойда нима, мисолда тушунтиринг.

6.3. ЧЕГИРИБ ҚОЛИНАДИГАН МАБЛАҒЛАР ФОНДИ

Ортиб қолган фойдани ақл билан тўғри сарфлаш тадбиркорнинг асосий вазифаларидан биридир. У бу маблағни: янги бино қуриш ёки эскиларни таъмирлаш, ишчиларни мукофотлаш, реклама, хайрия мақсадлари, шахсий эҳтиёжлар учун ишлатиши мумкин. Шунингдек, тадбиркор соф фойда ҳисобига фирма оборотини кенгайтиришга ҳам ҳаракат қилади. Шубҳасиз, бу тадбирлар фирма келажаги учун зарурдир.

Вақт утиши билан фирма биниси таъмирлашга муҳтож булади ва машина, жиҳозлар ва дастгоҳлар эскириб, бузилиб ишдан чиқа бошлайди. Бозорда ма-

шина ва дастгоҳларнинг янги, аввалгиларидан замонавий ва мукамаллари пайдо булади. Натижада, эски машина ва дастгоҳларни янгилари билан алмаштириш зарурияти туғилади. Бу ва шунга ухшаш тадбирлар катта сарф-харажатларни талаб қилади ва бунда тадбиркорга чегириб қолинадиган маблағ (амортизация) фонди ёрдам беради.

Чегириб қолинадиган маблағ (амортизация) фонди фирмани маблағ билан таъминлашнинг яна бир муҳим ички манбаси бўлиб хизмат қилади.

Хуш, бу фондга маблағлар қасрдан олинади?

Товар ишлаб чиқариш ёки хизмат курсатиш маълум жойда, фирма машина ва дастгоҳлари ёрдамида амалга оширилади. Шунинг учун ишлаб чиқарилган товар ёки курсатилган хизмат таннархида уларнинг улуши бор. Мана шу улуш чегириб қолинадиган фондга киради.

Мисол. Сиз алоқа транспорт хизмат курсатиш билан шуғулланмоқчи бўлдингиз ва 300 минг сумга юк машинасини сотиб олдингиз. Сиз уни 10 йил хизмат қилади деб муължаллаган бўлинг.

300 минг сум пул машинанинг бошланғич баҳоси дейилади, 10 йил эса унинг хизмат курсатиш муддати дейилади.

Бу юк машинаси йилдан йилга эскириб, арзонлаша боради, яъни уз баҳосининг бир қисмини йўқотади. Фараз қилайлик, ҳар йили 25 минг сумга арзонлашеин. Унда унинг баҳоси биринчи йил охирида $300000 - 25000 = 275000$, иккинчи йил охирида $300000 - 2 \cdot 25000 = 250000$ ва ҳоказо булади. Учинчи йил охирида эса унинг баҳоси $300000 - 10 \cdot 25000 = 50000$ булади. Бу миқдор юк машинасининг тугатиш баҳоси дейилади. Сиз ҳар йили уз даромадингиздан амортизация фондига 25000 сум ажратсангиз, эски юк машинаси хизмат муддати тугаш пайтида унинг бошланғич баҳосига тенг пул туланади. Бу маблағни сиз янги юк машинаси сотиб олишга сарфлашингиз мумкин. Лекин 10 йил ичида сизнинг фирмангиз фаолияти кенгайиб ва юк машиналарининг турлари узгайиб, машина олишга битта амортизация фонди камлик қилиши мумкин. Шунинг учун биз уни капитал сарф-

харажатларни маблағ билан таъминлашда қўшимча манба деб атаймиз.

Бу мисолда келтирилган амортизация фонди ташкил қилиш усули иқтисодиётда текис тақсимланиш усули дейилади. Амортизация фонди ташкил қилишнинг бошқача усуллари ҳам мавжуд. Масалан, жадаллашган амортизация бу йиллик чегириб қолинадиган маблағ улчами муддат бошида кўпроқ, охирида эса камроқ булишини англатади.

Чегириб ташланадиган маблағ улчамини белгилаш фирманинг молиявий муаммоларидан биридир. Бу маблағ таннарх таркибида булганлиги учун чегириб қолинадиган маблағ қанча куп булса, таннарх ҳам шунча катта булади ва нарх шунча баланд булади. Нархнинг баланд булиши эса харидорни қаноатлантирмаслиги мумкин. Шунинг учун, фирма ҳар доим ҳам чегириб қолинадиган маблағни ошира туриб тез-тез жиҳозларни алмаштира олмайди.

Фирма раҳбариятининг вазифаси амортизация маблағлари миқдорини тўғри белгилай билиш ва машина, дастгоҳ, жиҳозларни янгилашни вақтида бажара билишдadir.

- ? 1) Сиз ишлаб чиқаришдан олган соф фойдани нималарга сарфлаган маъқул деб ҳисоблайсиз?
- 2) Машинанинг бошланғич ва тугатиш баҳоси ни? ?
- 3) Амортизация фонди нима?

6.4. БАНК КРЕДИТИ

Энди 6.1-расмда курсатилган маблағ билан таъминлашнинг ташқи манбаларини кўриб чиқайлик.

Бир нечта фирмалар маблағларни бирор муайян мақсадга йуналтирган ҳолда бирлаштириши мумкин. Табиийки, бунда имкониятлар кенгайиб, катта ишлар бажариш мумкин булади. Ундан ташқари фирмалар қимматбаҳо қозғалар — акция ва облигация чиқариб, уларни бошқа фирмаларга ёки одамларга сотиш ҳисобига қўшимча маблағга эга булишлари мумкин. Демак, бошқа фирмалар ва одамлар фирмани маблағ билан таъминлашнинг муҳим ташқи манбаларидан биридир.

Фирмани маблаг билан таъминлашнинг яна бир ташқи манбаси бу банк кредитидир. Банк, пул билан савдо қилувчи ташкилот сифатида керакли пулни фоиз билан қарзга бериши мумкин. Бундай қарз — банк кредити дейилади. Кредитлар қисқа муддатли (3 ойгача), урта муддатли (1 йилгача) ва узоқ муддатли (1 йилдан кўп вақтгача) бўлади. Банклар кредит бериши учун фирмага тегишли айрим нарсаларни гаровга олишни талаб қилиши мумкин.

Гаров турлари ҳар хил бўлади. Фирма кўчмас мулкни (бинолар, жиҳозлар), давлат ёки бошқа ишончли фирма кафиллиги, қимматбаҳо буюмлар, акциялар ва облигациялар гаров вазифасини бажариши мумкин.

Фирма иши юришмай қолиб, у банк билан ҳисобкитоб қила олмаса, гаровга қўйилган фирма мулки банк мулки бўлиб қолади. Агар гаровга фирма кўчмас мулки қўйилса, пул олишнинг бундай усули кўчмас мулк воситасида гаров (ипотека) дейилади.

Кредитнинг асосий шарти, бу қарз учун ҳақ тўлаш, яъни қарз фоизи ҳисобланади. Банк уз хизмати (яъни қарз бериб тургани) учун ҳақ олади. Нима учун банк фирмага қарз беради? Банк фирмага маълум миқдорда маблаг бера туриб, белгиланган муддатда қарзга берилган пулдан кўпроқ пул талаб қилади. Бу фарқ банк фоизи дейилади.

Мисол. Банк фирмага бир йилга бир миллион сумни 25% билан берган бўлсин. Бу фирма бир йилдан кейин банкка бир миллион ва 25% миқдордаги пулни, яъни 1250000 сумни қайтаришини билдиради. Бунда 250000 сум банкнинг фирмага кўрсатган хизмат ҳақидир.

Банк процентининг даражаси кўп омилларга боғлиқ. Асосий омиллар қуйидагилар: қарзнинг муддати (узоқ муддатга юқори, қисқа конвертланадиган валютада паст, оддий валютада юқори), қарз бериш хатари даражаси (қарзнинг қайтиб келиши кафолатланган бўлса паст, шубҳаси бўлса юқори).

Фирма банкдан кредит олганда кредит муддати, миқдори, фоиздан ташқари, қарзга олинган маблаг ва унинг фоизи қайтариш қоидалари ҳам олдиндан

белгиланиб қўйилади. Масалан, қарзни фоизи билан муддат охирида ёки муддат ичида булиб-булиб қайтаришни келишиб олиш мумкин.

Замонавий бизнесда банк кредити жуда катта роль уйнайди. Унинг афзаллиги — тезлик, осон ва соддалик, тушунарлилик ва ўзгарувчанлигидир.

- ? 1) Банк кредити деб нимага айтилади?
2) Нималар гаров вазифасини бажариши мумкин?
3) Банк фонзи нима?

6.5. САВДО КРЕДИТИ ВА ДАВЛАТ ЁРДАМИ

Фирмалар бир-бирига товар сотишда тулов муҳлатини чузиш билан савдо кредити берадилар. Масалан, доналаб сотадиган дукон улгуржи сотувчидан жуда кўп дафтарга буюртма беради. Шартномада товар етказиб бериш 1 августда бажарилсада унга ҳақ тулаш учун дуконга 30 кун муҳлат берилган. Шу муддатда, яъни 1 сентябргача дукон мол етказиб берувчи билан ҳисоб-китоб қилиши зарур: олинган дафтарлар ҳақи ва қарзнинг маълум процентини тулаши керак. Савдо кредитининг проценти, одатда банк процентидан паст бўлади. Савдо кредити ҳозирги замон бизнесида кенг тарқалган. Масалан, АҚШда 1995 йилда 90% савдо-сотиқ битимлари савдо кредити ёрдамида амалга ошган.

Юқорида қурилган мисолга қайтайлик. Агар магазин савдо кредити олмасдан, дафтарни уз маблагига сотиб олганида, у кундалик, яъни доимий оборотдаги пулларнинг бир қисмини оборотдан чиқаришга мажбур булар эди ва натижада фойдаси камроқ булар эди. Шунинг учун ҳам савдо кредитини фирмани маблағ билан таъминлашнинг ташқи манбаси дейиш мумкин.

Савдо кредитига ухшаш битимлар чакана савдо фирмалари ва истеъмолчилар, яъни аҳоли уртасида ҳам амалга оширилади. Бу товарларни булиб-булиб тулаш шarti билан сотиб олишдир. Одатда, булиб-булиб тулаш шarti билан узоқ фойдаланиладиган қимматбаҳо истеъмол моллари, масалан, автомобиль, мебель, компьютер, уй, ҳовли сингари кучмас мулк-

лар сотиб олинади. Булиб-булиб тулаш шarti билан сотиб олишнинг моҳияти харидор товар сотиб олаётиб, сотувчига товар нархининг бир қисмини тулашидадир. Бу биринчи взнос (бадал) ёки бай пули, закорат дейилади. Харидор пулнинг қолган қисмини қандайдир вақт оралигида аста-секин тулайди. Бунда муддатнинг охирига келиб товар нархи ошади, чунки товарни булиб-булиб бериш шarti билан сотган фирма уз хизмати учун ҳақ олади.

Масалан, бир йилда булиб-булиб бериш шarti билан телевизор сотиб олишни куриб чиқайлик:

Телевизор нархи — 12000 сўм

Биринчи взнос 25% — 3000 сўм

Харидор қарзи — 9000 сўм

Хизмат кўрсатиш ҳақи — 900 сўм

Муддатнинг охиригача тулов миқдори — 9900 сўм

Ойлик взнос — $9900 : 12 = 825$ сўм.

Булиб-булиб тулаш (бериш) нима учун истеъмолчиларни узига тортади? Айтайлик, сиз телевизор сотиб олаяпсиз, аммо сизга совутгич сотиб олиш учун пул керак. Иккаловини бирданига сотиб ололмайсиз. Сизга булиб-булиб тулаш шarti билан телевизор сотаётган фирма совутгич сотиб олишингизга имконият беради.

Бизнесни маблағ билан таъминлашнинг яна бир ташқи манбаси бу давлат ёрдамидир.

Ҳукумат давлат тасарруфидаги корхоналарни кенгайтириш хусусида гамхўрлик қилади. Уларни маблағ билан таъминлайди.

Шунингдек, давлат уз тасарруфидан ташқаридаги ихтиёрий фирмага бегараз ёрдам — давлат субсидияларини ажратиши мумкин. Давлат субсидияси фирманинг бирор фаолиятини уюштириш ёки қўллаб-қувватлаш мақсадида давлат бюджети (ёки маҳаллий бюджет) дан қайтариб олинмаслик шarti билан ажратилади.

Масалан, давлат хусусий дуконни маблағ билан таъминлаши мумкин: у барча давлат қарамоғидаги дуконлар оладиган пул миқдорини беради, қолган маблағларни хусусий дуконнинг узи топиши керак.

Давлат субсидияси — бу фирмани қисман маблағ билан таъминлашдир.

Шундай қилиб, давлат уз қарамогидаги фирмаларни маблаг билан таъминлайди ёки хусусий фирмаларга ёрдам беради.

Фирмани давлат маблағлари билан таъминлашнинг яна бир тури бу давлат буюртмасидир.

Давлат фирмага у ёки бу товарга ёки хизматга харидор бўлиб буюртма беради. Масалан, трактор заводи давлатники бўлсада, у хусусий фирмага тракторнинг баъзи эҳтиёт қисмларини (аккумулятор, утиргич, ойна ва ҳ. к.)ларни тайёрлаб беришни буюради. Бу ҳолда давлат шу эҳтиёт қисмлар учун сарф-харажатларга маблаг ажратмайдилар, балки фирмани эртaroқ товар сотишдан келадиган фойда билан таъминлайди.

- ? 1) Савдо кредити нима?
2) Давлат субсидиясини таърифланг.
3) Давлат буюртмаси деганда нимани тушунасиэ?

6.6. ҲАЁТИМИЗДА БИТИМЛАРНИНГ УРНИ

Биз ҳар қадамда пул билан муомалада булаимиз: дукондан ёки бозордан нимадир харид қиламиз, шаҳар транспортида йул ҳақини тулаймиз, поезд ёки самолётга патта (билет) сотиб оламиз ва ҳоказо. Биз бунда битим тузаётганлигимиз ҳақида купинча уйлаб курмаймиз.

М а с а л а н :

1. Сиз нон учун пул туладингиз	Сиз нон харид қилдингиз
2. Сиз поезд билети учун пул туладингиз	Сиз поезд хизматидан фойдаланиш имкониятига эга булдингиз
3. Сиз телевизор олишга пулингиз етмаганидан уртогингиздан қарз олиб сотувчига телевизор учун пул туладингиз	Сиз телевизор харид қилдингиз, уртогингиздан эса қарздорсиз

Бу мисоллардан қуйидаги хулосага келамиз:

1. Биз пул тулаб товар олаётганда, ёки хизмат курсатаётганда, ёки қарз олаётганда битим руй беради.

2. Битим учун албатта айирбошлашни амалга оширадиган камида икки томон зарурдир.

Бизнесда ҳам фирмалар орасидаги муносабатлар шу тариқа амалга оширилади. Бизнесда қуйидаги битимлар учрайди:

1) «пул-товар» (масалан, қурилиш фирмаси компьютерлар сотиш билан шуғулланадиган фирмадан компьютер сотиб олади);

2) «пул-хизмат» (масалан, саноат фирмаси юридик фирма хизматидан фойдаланади);

3) «товар-товар» (масалан, туқувчилик фирмаси ишлаб чиқарган маҳсулотларини станокларга айирбошлайди);

4) «пул-пул» (фирма банкдан кредит олади).

«Товар-товар» қуринишдаги айирбошлашга табиий, яъни бартер битим дейилади.

Албатта, бизнесда учрайдиган битимлар, биз билан сизнинг кундалик ҳаётимиздагилардан анча мураккабдир. Бунга сиз, олдинги параграфда урганилган фирма билан банк уртасидаги «банк-кредити» ёки иккита фирма уртасидаги «савдо-кредити» битимларини эслаб ишонч ҳосил қилишингиз мумкин.

- ? 1) Қандай икки асосий шарт бажарилганда битим тузилади?
2) Бизнесда қандай қуринишдаги битимлар учрайди?
3) Табиий, яъни бартер битими нима?

6.7. БИЗНЕСДА ҲИСОБ-КИТОБ

Ҳар бир бажарилган битим натижасида фирма молиявий аҳволи узгаради. Масалан, сиз фирма дуконидан 1 кг шакар сотиб олдингиз. Бу битим натижасида фирма молиявий аҳволида қуйидагича узгариш юз беради: фирма шакар запаси 1 кг га камаяди, нақд пул миқдори 1 кг шакар пули миқдорига ортади. Ҳар бир шундай узгариш фирма ҳужжатларида уз аксини топиши лозим.

Бухгалтерия ҳисоби деганда шундай ҳисоб-китоб ҳужжатларини тузиш ва тўлдириш тушунилади: бу ҳужжатларда фирманинг барча молиявий ишлари, маблағлари ҳақидаги ахборотлар, уларнинг манбала-

ри, истеъмолчи ва етказиб берувчилар билан ҳисобкитоб, фирманинг қарз ва фойдалари баён қилинади. Ҳар хил давлатлар бизнесменлари узаро муносабатларини оsonлаштириш мақсадида бухгалтерия ҳисоби бутун жаҳон миқёсида бир хил тартибда олиб борилади. Ҳар бир бизнесмен бухгалтерия ҳисоби нима учун кераклиги ва қандай асосий тамойилларга қура тузилганлигини тушуниши лозим.

Бухгалтерия баланси — бу бухгалтерия ҳисобининг асосий ҳужжатиدير. У маълум бир муддат (йил, квартал) учун ёзилиб, унда фирманинг молиявий аҳволи пул тилида уз аксини топади. Балансда фирма молиявий маблагларнинг тақсимооти (асосий ва муомаладаги, заҳира ва «эркин» пул маблаглари); қардан олинганлиги (қанчаси узиники ва қанчаси кредит); нималарга сарф қилиниши, кимга ва қанча фоиз туланиши, ишлаб чиқарилган маҳсулот ёки курсатилган хизматга ким ва қанча пул тулаши курсатилади.

Бухгалтерия баланси жадвал қуринишида булиб, у чап ва унғ қисмлардан иборат. Чап томони актив, унғ томони эса пассив дейилади.

Балансинг актив қисмида фирма молиявий маблаглар тақсимооти ва уларнинг нималарга ишлатилиши, пассив қисмида эса маблаглар манбаи, яъни уларнинг қардан олиниши курсатилади.

Масалан, сизда шлако-блок ишлаб чиқариш учун 350000 сум шахсий пул бор. Сиз уларни бино қурилиши, станоклар ва бошқа керакли анжомлар учун сарфлайсиз. Худди шу пайтда сизнинг фирмангиз баланси қуйидагича булади:

Энди сизга қум, цемент ва шағал запаслари керак. Булар учун сизга 40000 сум керак булсин. Сизда 50000 сум бор, лекин сиз умуман пулингиз булмаслигини истамай банкдан 3 ой муддатга 70000 сум кредит олмақчисиз. Энди фирма баланси қуйидаги қуринишда булади:

Баланс сузи мувозанатни англатади. Балансинг актив ва пассив қисмларидаги миқдорлар жами тенгдир. Баланс таблицанинг ҳар бир қатори модда дейилади. Маълум сондаги моддалар бирлашиб булим ҳосил қилади. Фирманинг ҳақиқий балансида турли

Актив	пул миқдори	Пассив	пул миқдори
қурилишга сарфланадиган пул станоклар ва бошқа анжомлар	200000	капитал	350000
ҳисоб-китобдаги эркин пул манбалари	100000		
баланс	50000		
	350000	б а л а н с	350000

моддалар кўплигидан, бутун жадвал бир неча бетдан иборат булиши мумкин.

Ҳар бир модда ёки бир-бирларига яқин бир неча моддалар бирлаштириб ҳисоб-китоб қилинади ва сўёт дейиладиган бухгалтерлик ҳужжати тузилади. Сўёт ҳам икки, яъни чап ва ўнг қисмдан тузилган жадвал

Актив	пул миқдори	Пассив	пул миқдори
қурилишга сарфланадиган пул станоклар ва бошқа анжомлар	200000	капитал	350000
ҳисоб-китобдаги эркин пул манбалари	100000	қисқа муддатли кредит	70000
муомаладаги пуллар	80000		
	40000		
б а л а н с	420000	б а л а н с	420000

дир. Сўётнинг чап томони дебёт, яъни кирим, ўнг томони эса кредит дейилади. Актив қисм моддаларини ҳисоблашга мўлжалланган сўётлар актив сўётлар, пассив қисм моддаларини ҳисоблайдиган сўётлар эса пассив сўётлар дейилади. Актив сўётлардаги дебёт билан кредит ва пассив сўётлардаги кредит билан дебёт орасидаги фарқ сўёт сальдоси, яъни қолдиги дейилади. Сўётлар тузишда бухгалтерлик ҳисобининг асосий қондаси — бу қўшалок ёзув қондасидир. Бу фирма оладиган ёки сарф қиладиган пул миқдорининг бирданига иккита сўётда, биринчисининг кредит ва иккинчисининг дебёт қисмида ёзилишидир. Шундай қилиб, фирмадаги ҳар бир пул миқдори ҳақида аниқ

бир пайтда ҳисобчи пулларнинг қаердан олинганлиги ва нимага сарфланганлигини айта олади. Қушалоқ ёзув туфайли фирманинг ҳамма счётлари узаро боғлиқдир. Йил охирида ҳисобчи дебет ва кредит буйича ҳамма счётларни ҳисоблаб чиққанда жами тенг бўлиши керак. Счётларнинг узаро боғлиқлиги корреспонденция, яъни алоқа қоғозлари деб айтилади. Ҳисобчи счётга ёзганда, албатта яна шундай ёзув қайси счётда борлигини курсатиб утади. Бухгалтерлик ҳисобида ҳамма счётлар уз шахсий номерига эгадир. Бу бухгалтерлик ҳужжатларини тузатиш ва ўқишни осонлаштиради.

- ? 1) Бухгалтерлик ҳисоби нима?
2) Бухгалтерлик баланснинг актив ва пассив қисмларига нималар ёзилади?
3) Счёт нима ва у қандай қуринишга эга?

6.8. САМАРАДОРЛИК ВА РЕНТАБЕЛЛИК

Бухгалтерлик баланси фирмага нафақат чиқим ва келаётган маблағларни ёзиш учун керак, балки у фирманинг молиявий аҳволини таҳлил қилишда ахборот манбаи бўлиб ҳам хизмат қилади. Бошқача қилиб айтганда, «фирманинг ишлари қандай бораёпти?» деган саволга жавоб ҳамдир.

Фирманинг ишлари яхши эканлигини қандай аниқлаш мумкин? Айтайлик фирманинг утган йилги фойдаси 200000 сўми ташкил қилди. Бу озми ёки купми? Бу энг аввало фирманинг ҳажмига боғлиқ. 200000 сўм улкан корпорация учун жуда оз бўлиши мумкин, кичик бизнес учун эса 200000 сўм фойда жиддий муваффақиятдан далолат беради.

Биз олдинги бобларда самарадорлик ва рентабеллик тушунчалари билан танишган эдик. Фирма иши натижаларига баҳо бериш учун даромадни сарф-харажат билан таққослаш зарур. Иқтисодиётда самарадорликнинг турли курсаткичлари қўлланилади. Масалан, инсон меҳнатининг самарадорлиги (ишлаб чиқариш) ва асосий ишлаб чиқариш воситалари самарадорлиги (унумдорлиги). Фирма маблағларидан унумли фойдаланишнинг махсус курсаткичлари ҳам бор. Бундай ҳи-

соб-китоблар фирма раҳбарларига молиявий ишларнинг аҳволи, эркин маблағларнинг старлилиги ва кредит олиш зарурлиги ва ишчилар билан ўз вақтида ҳисоб-китоб қилиш ҳақида ахборотлар беради.

Ҳар қандай корхона эгаси ёки менежер (қатта фирмаларда бутун бир бўлимлар) шундай ҳисоб-китоблар бажарадилар, ахборотлар туплайдилар, хулосалар чиқарадилар, ҳуллас, бир сўз билан айтганда фирманинг молиявий аҳволининг таҳлили билан шугулланадилар.

Фирманинг рентабеллиги фойдага қараб аниқланади ва унинг уч курсаткичи мавжуд.

1. Маҳсулот рентабеллиги маҳсулот сотишдан келган ялпи фойданинг шу маҳсулот таннархига нисбати каби ҳисобланади:

$$\text{Рентабеллик} = \frac{\text{фойда}}{\text{Таннарх}} .$$

2. Асосий ва муомаладаги маблағлар рентабеллиги фойданинг асосий ва муомаладаги маблағларга нисбати каби бўлади:

$$\text{Рентабеллик} = \frac{\text{фойда}}{\text{Асосий маблағлар} + \text{муомаладаги маблағлар}} .$$

3. Фирма маблағлари рентабеллиги фойданинг фирма мулкининг қиймати миқдорига нисбати каби ҳисобланади. Фирма мулкининг миқдори умумий фирма балансига тенг:

$$\text{Рентабеллик} = \frac{\text{фойда}}{\text{Мулк}} .$$

Рентабеллик курсаткичлари ҳар йили ҳисобланади ва уларнинг моҳияти узаро солиштирилади. Бундай таққослаш фирманинг тараққиётига таъсир курсатади ва нималар қилиш кераклигини аниқлайди (масалан, «рентабеллик ўсиши» ёки «рентабеллик пасайиши»да).

- ? 1) Самарадорликнинг қандай курсаткичларини биласиз?
 2) Рентабелликнинг курсаткичларини айтинг ва формулаларини ёзинг.
 3) Сизнингча, «рентабеллик ўсиши» ва камайиши нимани билдиради?

6.9. БАРҚАРОРЛИК ВА ТУЛАШГА ҚОДИРЛИК

Барқарорлик. Фирма барқарорлиги унинг маблағ билан таъминланишининг ташқи манбаларга нечоғли боғлиқ эканлигини курсатади. Бу бозор шароитидаги жуда муҳим курсаткичдир. Молиявий барқарорлик коэффиценти қарзга олинган маблағларнинг шахсий маблағларига нисбати тарзида аниқланади:

$$\text{Барқарорлик} = \frac{\text{қарзга олинган маблағлар буйича мажбуриятлар}}{\text{шахсий маблағлар}}$$

Мисол. Қарзга олинган маблағлар (узоқ ва қисқа муддатли кредитлар) утган йилда 2000000 сумни ташкил қилар эди, бу йил эса — 3000000 сум. Шахсий маблағлар утган йили — 2500000 сумни, бу йили эса — 4000000 сумни ташкил қилади.

Утган ва бу йилги барқарорлик коэффицентларини ҳисоблайлик:

$$\text{Барқарорлик} = 2000000 : 2500000 = 0.8$$

(утган йили)

$$\text{Барқарорлик} = 3000000 : 4000000 = 0.75$$

(бу йили)

Бу утган йилги шахсий маблағнинг ҳар бир сумига 80 тийиндан қарз, бу йили эса бир сумга 75 тийиндан қарз туғри келишини билдиради. Демак, бу фирмани маблағ билан таъминлашнинг ташқи манбаларига боғлиқлиги камайиб, унинг молиявий аҳволининг мустақамланганлигини билдиради.

Тулашга қодирлик. Тулашга қодирлик ҳам молиявий аҳволнинг муҳим курсаткичларидан биридир.

Тулашга қодирлик фирманинг қисқа муддатлар ичида уз мажбуриятлари, яъни кредитлардан қутилиш имкониятларини курсатади. Буларнинг тезкор бажарилиши фирма ҳисоб-китоб счётидаги эркин пуллар миқдорига боғлиқдир. Фирма жуда яхши иш олиб бориб, юқори фойда олиб, унча катта булмаган қарзга эга булсада, бироқ унда тулашга қодирлик паст булиши мумкин. Нега? Чунки фирма балансида умуман эркин пул маблағлари булмаса, шу ҳолат юз беради. Материал маблағларнинг пулга айланиш даври тезлиги фирма қарзларини тулашга қурби етишлигига таъсир курсатади. Бу вақт қанча оз булса, фирманинг тулашга қурби етишлиги шунча юқори булади. Тулашга қурби етишлиги, яъни қодирлик курсаткичи қуйидаги қуринишга эга:

$$\text{Тулашга қодирлик} = \frac{\text{муомаладаги маблағ миқдори}}{\text{қисқа муддатга олинган қарзлар миқдори}} .$$

М и с о л. Фирма балансида қуйидагилар маълум:

- | | |
|---|------------|
| а) муомаладаги маблағлар (хомашё ва материал заҳиралари, тайёр маҳсулотлар ва ҳисоб счётидаги пуллар) | 198000 сум |
| б) қисқа муддатли кредитлар | 90000 сум |

$$\text{Тулашга қодирлик} = 198000 : 90000 = 2.2.$$

Фирманинг тулашга қодирлик коэффициентини 2 билан 2,5 орасида булганида қониқарли ҳисобланади. Демак, биз куриб чиққан фирма тулашга қодирдир. Муомаладаги маблағлар пайти келиб пулга айланса бу қарзларни белгиланган муддатда тулаш имконини беради.

- ? 1) Барқарорлик курсаткичи нимани англатади?
 2) Тулашга қодирлик нима?
 3) Сизнингча, фирманинг тулашга қодирлик коэффициентини 3 дан катта булса нима булади?

Х у л о с а

Сиз ушбу бобда фирмаларда айирбошлаш занжири ва маблаглар, бизнесни ички ва ташқи таъминлаш манбалари, ҳаётимизда битимларнинг урни, ҳисоб-ки-тоб юритиш, молиявий аҳволининг таҳлили каби мавзуларни ўқиб ургандингиз. Кейинги бобда сиз бизнесменлар сир-асрорини ўрганасиз.

М а ў р у з а в а р е ф е р а т л а р

1. Аввалги боблар материалларидан фойдаланиб, «Иқтисодда даромад ва фойда» мавзуида маъруза тайёрланг.

Туман ёки мактаб кутубхонасидан статистик ҳисобот ёки маълумотнома (справочник) топинг. Иқтисодиётнинг турли соҳаларидаги уртача фойда курсатки-чини ёзиб олиб кўрсатинг.

2. Суғурта компаниясига бориб, қуйидаги ахборотларни олинг:

а) суғурта кўринишлари;

б) суғурта шартлари.

Олинган маълумотлар асосида икки бўлимдан иборат реферат ёзинг:

1) Шахсий мол-мулкларни суғурта қилиш.

2) Фирмани суғурта қилиш.

С и з ш у б о б д а т а н и ш г а н я н г и т у ш у н ч а л а р:

бизнесни маблаг билан таъминлаш
умумий фойда
соф фойда
фирма обороти
заҳира муаммоси
банк кредити
гаров
банк проценти
савдо кредити
давлат субсидияси
давлат буюртмаси
битим

бухгалтерия ҳисоби
бухгалтерия баланси
актив
пассив
дебет
кредит
счѐт
счѐт сальдоси
қушалоқ ѐзув
амортизация фонди
чегириб ташланадиган маблағ
маҳсулот рентабеллиги
барқарорлик
тулашга қодирлик
мулкнинг бошланғич ва тугатиш баҳоси

7-606 БИЗНЕСМЕНЛАР



БИЗНЕСМЕНЛАР (Инсон омили)

1. Бизнесмен ва унинг жамоаси.
2. Яна бир бор эҳтиёжлар хусусида.
3. Жамоанинг ички қурилиши.
4. Раҳбар ва ходим.
5. Менежер жамоа раҳбари сифатида.
6. Менежернинг раҳбарлик услублари.
7. Менежер уз қул остидагиларни унумли ишла-тишнинг вазифалари.
8. Мукофот — меҳнатга қизиқтиришнинг муҳим омилидир.
9. Мукофотга лойиқ ходимнинг образи ва уни мукофотлаш усуллари.
10. Меҳнатга ҳақ тўлаш.

7.1. БИЗНЕСМЕН ВА УНИНГ ЖАМОАСИ

Аввалги бобда биз пул ҳақида гапирган эдик. Аммо ишда муваффақиятга эришиш учун салмоқли капитал ва ундан тўғри фойдаланишни билишнинг ўзи старли деб уйлаш хато бўлади. Бизнесда ҳамма нарса-лар кишилар билан бошланиб, кишилар билан ту-гайди. Яъни маҳсулот етказувчи ва қабул қилувчи, сотувчи ва оловчи, раҳбар ва хизматчи, иш бошқарув-чи, хуллас барча-барчаси кишилардир, биз эса уша кишилар орасида яшаймиз.

Агар сиз бизнес билан шуғулланмоқчи булсангиз, юқоридаги айтилган қайси бир лавозимни эгалла-манг, одамлар билан ишлашингиз кераклигини яхши тушунишингиз керак.

Бизнесда ҳақиқий муваффақият узининг ҳамфикр-ларини йига билган, уз жамоасини ташкил қила ол-ган одамгагина келади. Ҳар бир соғлом фикрли, узоқ-ни кура билган тадбиркор еки менежер фирманинг муваффақияти унда ишлаётган кишиларга қанчалик боғлиқ эканлигини яхши билади. Шундай бир мисол

келтирамиз. Американинг йирик компьютер фирмасининг раҳбарларидан бири шундай дейди: «Менинг барча эришган нарсаларимдан маҳрум қилинглار, фақат мен билан бирга ишлайдиган кишиларгина қолсин холос, беш йилдан кейин биз яна ҳозирги даражага кўтариламиз».

Бундай кишиларни қаердан топиш керак? Жавоб жуда содда — улар сиз билан, сизнинг яқин атрофингиздагилар, улар сизнинг уртоқларингиз, қариндош уруғларингиздир. Ҳар бир кишининг узига яраша фазилатлари ва қобилиятлари бўлади. Фақат сизнинг вазифангиз унинг нимага қодир эканлигини билиб олиш ва унинг қулидан келадиган ишни бажартиришингиз лозим. Шундай ҳолатдагина сиз узингизнинг «жамоа»нгни яхши ташкил қилган бўласиз, муваффақият калити қулингизда бўлади.

Одамлар билан бирга ишлайдиган ҳар бир киши уларнинг руҳиятини яхши урганиб чиқиши керак.

Одамларни узингизнинг қизиқишларингизга қараб ҳаракат қилишга қандай ундайсиз? Нима учун бир фирма ходимлари гайрат билан ишлайдилар-у, иккинчи фирмада бунинг акси бўлиши мумкин? Раҳбар ходимларини ишга қизиқтириши учун нималар қилиши керак?

Сизларнинг кўпчилигингизда иш тажрибаси бўлмасада, лекин кишилар билан муносабат, мулоқот қилиш тажрибаси бор. Қуйидаги саволларга жавоб беришга ҳаракат қилиб кўринг:

1. Сиз кишиларнинг яхши-ёмон томонини ажрата оласизми?

2. Атрофингиздаги одамлар нимани хоҳлаётганини доим ҳам аниқ била оласизми?

3. Содир бўлган ҳар бир вазиятда сиз кишиларнинг ҳаракатини тўғри баҳолай оласизми?

4. Сизни кишиларнинг сиз ҳақингиздаги фикрлар қизиқтирадими?

5. Кишиларнинг сиз кутмаган ишни қилиш ҳолати кўп бўлиб турадими?

6. Сизга одамларнинг ёрдами керак бўлган пайтда кўпинча рад жавобини оласизми?

Агар 1,2,3,4 саволларга ишонч билан «Ҳа», деб, 5,6

саволларга «йўқ» деб жавоб берсангиз, сиз ўзингизни табриклашингиз мумкин — сизда раҳбарлик қобилияти бор. Агар бу ҳолат бўлмаса ҳам умидсизланманг, чунки кишиларни ажрата билишни, уларнинг кўнглига йўл топишни, уларнинг ишончини қозониш ва бошқаришни ўрганиш мумкинлигини асло унутманг.

- ?
- 1) Ишда катта ютуқларга эришишда нима учун кишилар билан яхши ишлашни билиш муҳим рол ўйнайди?
 - 2) Сиз «ўз жамоангизни» қандай тузган булар эдингиз?
 - 3) Ишбилармонга кўпроқ кишилар билан боғлиқ қандай муаммоларни ҳал қилишга тўғри келади деб ўйлайсиз?

7.2. ЯНА БИР БОР ЭҲТИЁЖЛАР ХУСУСИДА

Агар иқтисодиётнинг турли тармоқларида хизмат қиладиган кишилардан одамлар ишга нима учун борадилар деб сурасангиз, кўпинча шундай жавобга дуч келасиз: «Пул ишлаш учун», «Шундай қилиш керак, зарур», «ўрганиб қолинганлиги учун». Бу жавобларнинг барчаси тўғри, лекин фақат шулар учунгинами?

Биз китобимизнинг бош қисмидаёқ «талаб» категорияси ҳақида гапирган эдик. Ҳар бир инсонда озиқ-овқат истеъмол қилиш учун, кийим кийишга, яшаш жойига булган асосий ёки моддий деб аталувчи эҳтиёжлар мавжуд. Юқоридаги санаб ўтган эҳтиёжларни қондирмасдан туриб биз бошқа эҳтиёжларимизни ўйлашимиз мушкул.

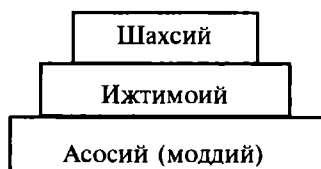
Ундан ташқари ҳаётда бошқа одамлар билан муомала қилиш, дўстларга эга бўлиш, оилали бўлиш, кимлар биландир гаплашиш, улар орасида ҳурмат ва эътиборли бўлиш, кимнидир яхши кўриш ва ҳурмат қилиш каби ижтимоий деб аталувчи эҳтиёжлар ҳам мавжуд.

Агар сизнинг моддий ва ижтимоий эҳтиёжларингиз қониқтирилаётган бўлса, сизда яхши яшаш учун ҳамма зарур нарсалар бор ва сиз ёлғиз эмассиз. Лекин шундай бир савол туғилади: «Сиз энди бошқа ҳеч нарса хоҳламайсизми?»

Эҳтиёжларнинг яна бир тоифаси бор, биз уни шахсий деб атаймиз. Бу эҳтиёжлар ҳар бир шахсда бўлиб, бир-биридан фарқ қилади. Кимдир иккиланмасдан

жавобгарликни буйнига олса, бошқаси ундан қочади. Яна кимдир жамоа орасида маълум ҳуқуқий ҳолати булишини хоҳласа, бошқаси фақат узини хурсанд қилиш ва ҳузур-ҳаловатда яшашни истайди. Қайсидир бир одамни ҳокимият қизиқтирса, бошқасини ижод қизиқтиради.

Инсон эҳтиёжларининг учала тоифасини пирамида куринишида қуйидагича тасвирлаш мумкин.



7.1.-расм. Эҳтиёжлар «пирамидаси».

Пирамидадаги ҳар бир кейинги «босқич» олдингисига таянади. Қуйидаги тажрибани утказиб куринг:

Узингиз таниш-билишларингиздан улар бажараётган ишларининг нимаси қизиқтиришини сўраб куринг. Уларнинг жавоблари ичида қуйидаги фикрлар учрайдими?

— Менга унинг учун яхши пул тулашади;

— Мен у ерда жуда куп яхши одамлар билан куришаман;

— Ишимда мен уз қобиллятимни очийш имкониятим бор;

— Менинг ишимнинг келажаги бор, маълум вақтдан кейин мен раҳбар булишим мумкин;

— Мени раҳбаримиз жуда ҳурмат қилади;

— Бекор утирмаслик учун.

Сиз олган жавобларингиздан кишиларнинг қайси эҳтиёжи тулақонли қондирилаётганини билиб олишингиз мумкин.

- ? 1) Эҳтиёжлар пирамидасини чизиб тушунтириб беринг.
2) Айтингчи, сизнингча кишилар нима учун ишга борадилар?
3) Кишилар томонидан бажарилаётган меҳнатни баҳолашда нималардан фойдаланилади?

7.3. ЖАМОАНИНГ ИЧКИ КУРИНИШИ

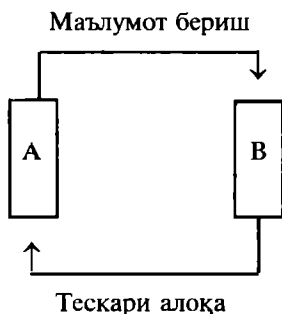
Биз ҳаётимизнинг жуда кўп қисмини кишилар орасида жамоаларда утказамиз. Масалан, оддий бир кунингизни кўз олдингизга келтиринг. Кун давомида сиз қанча вақт якка ўзингиз буласиз? Сиз ишда ҳам, ўқишда ҳам одамлар орасида буласиз. Жамоанинг кўчада йиғилиб қолган одамлардан ёки метро, бозордаги одамлардан қандай фарқи бор?

Биринчидан, ҳар бир жамоа ўзининг ташкилий тuzилишига эга бўлиб, у кишиларнинг жамоага бўйсунуш қобилиятини аниқлаб беради ва бу иерархия деб номланади.

Иккинчидан, шу жамоа бўйсунуши керак бўлган тартиб-қоида бор. Мана шу тартиб ва қоида ҳар бир жамоа аъзосининг эгаллаб турган лавозимига қараб вазифасини аниқлаб беради.

Учинчидан, ҳар бир жамоада кишилар орасида у ёки бу қурилишдаги муносабат аниқланади.

Сиз алоқа йўллари, яъни коммуникация тушунчаси билан олдинги бобларда танишгансиз. Келинг, энди жамоада коммуникациянинг қандай усуллари борлигини куриб чиқайлик. 7.2.-расмда коммуникациянинг жуда оддий модели тасвирланган.



7.2-расм. Алоқаларнинг оддий модели.

А субъектни манба, В ни эса ахборотни қабул қилувчи деб атайлик.

Умуман олганда коммуникация нима учун мавжуд?

Улар ёрдамида биз турли хабарларни узатамиз ва қабул қилиб оламиз.

Ахборотларни узатиш ва қабул қилиш (масалан, курган кинофильмингизни уртоғингизга айтиб беряпсиз).

Йул-йуриқни тушунтириб бериш (калькуляторда қандай қилиб сондан илдиз чиқаришни тушунтирасиз).

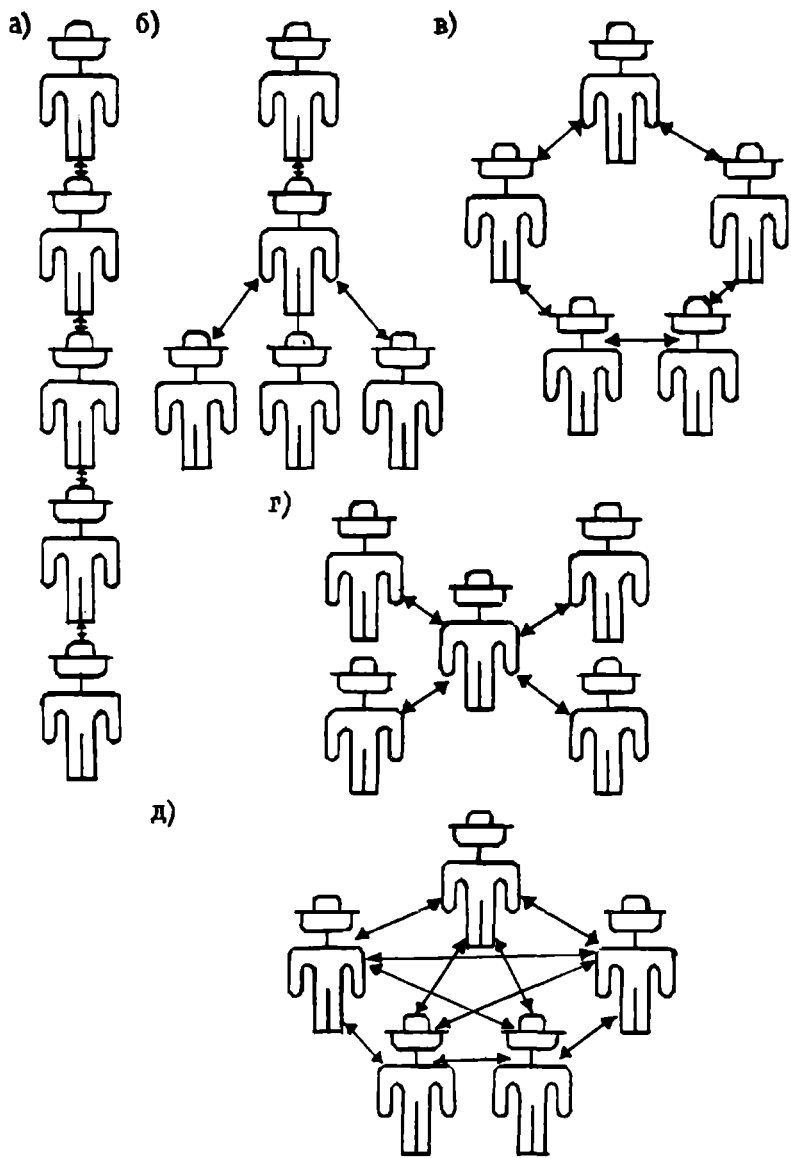
Кишиларни қандайдир иш бажаришга ундай билиш уртоғингизга у бажариб келмаган уй вазифасини танаффус пайтида бажариб олишини маслаҳат берайсиз.

Ахборотларни узатишда биз фойдаланадиган воситалар жуда хилма-хилдир. Булар оғзаки (телефон орқали), ёзма (хат ва электрон почталар) ахборотлар, хабарлар ва имо-ишоралар кабилардир. Биз фақат 2 киши иштирок этадиган муносабат йуллари тузилишини куриб чиқдик.

- ?
- 1) Жамоаларни асосий белгилари нималардан иборат?
 - 2) Иерархия нима?
 - 3) Бизнесда коммуникация қандай вазифани бажаради?

7.4. РАҲБАР ВА ХОДИМ

Фараз қилайлик, 7.3-расмдаги 5 та киши узаро таниш эмас, балки раҳбар ва унга буйсунувчи кишилардир. Уларнинг бир-бирига етказадиган хабарлари жамоа олдида турган мақсадлар ва бизнес билан боғлиқдир. Раҳбар уз ходимларига оғзаки ва ёзма тарзда буйруқлар, йул-йуриқлар, тушунтиришлар беради. Ходимлар, хизматчилар эса «юқорига» иш жараёнлари, вазифаларнинг бажарилиши ва дуч келган муаммолар тўғрисида хабар бериб турадилар. Албатта, бу жараёнларни амалга оширишда турли коммуникация усуллари қўлланилади. Бу усулларнинг қандай булиши асосан жамоа шугулланадиган иш тури билан боғлиқ. Масалан, ҳарбийларнинг коммуникация усули тез ёрдам кўрсатиш билан машғул булган тиббиёт ходимлари жамоаси коммуникация усулидан кескин фарқ қилади. Қуйида коммуникациянинг бешта усули берилган:



7.3-расм. Алоқаларнинг турли усуллари.

Коммуникациянинг биринчи усулида ахборот ва тескари алоқалар вертикал буйича ҳаракат қиладилар.

Раҳбар уз ходимига ахборот узатади, у эса уз навбатида бошқаларга хабар беради. Агар ходим раҳбарнинг буйругини нотўғри тушуниб ходимларга ахборот берса, иш нотўғри бажарилади. Бу хатони раҳбар тескари алоқа ёрдамида аниқлай олади холос. Иккинчи усул биринчисидан озгина фарқ қилади. Ҳар бир раҳбарга буйсунувчи шахс, уз олдида узининг ҳақиқий бошлигини «қуради». Учинчи усулда барча иштирокчилар бир-бирини қурадилар. Алоқа йулининг туртинчи усули (7.3.-расм) марказлашган ташкилий тизимнинг ёрқин мисолидир. Ҳамма нарса раҳбар орқали бажарилади, жамоанинг қолган аъзолари деярли бир-биридан алоҳидадир. Ахборотлар курсатма буйича тезда узатилади. Бешинчи ҳол алоқа йулининг демократик усулидир. Бу ерда деярли ҳамма раҳбар булиши мумкин, чунки ахборот олишда улар тенг иштирок этадилар. Бундай жамоада қарор ва вазифалар секин қабул қилинади.

- ?
- 1) Коммуникациянинг қандай усуллари сизга маълум?
 - 2) «Ахборот қабул қилувчи» ва «ахборот манбаи» нима?
 - 3) Коммуникациянинг марказлашган ва демократик усуллари-нинг фарқи нимада?

7.5. ЖАМОА РАҲБАРИ

Коммуникациянинг у ёки бу усулини танлашда қандай фикр ва мулоҳазалар эътиборга олинади?

Биринчидан, вақт эътиборга олинади. Раҳбардан бажарувчига хабар қандай тезликда етади? Тескари алоқа қандай тезликда ҳаракатланади? Ахборот бошқарувнинг оралиқ даражаларида қолиб кетиши мумкинми? Буйсунувчилар раҳбарнинг ёнига кириш учун узоқ вақт кутиб қолиши мумкинми?

Иккинчидан, ишонч эътиборга олинади. Хато ва камчиликлар узоқ вақт сезилмасдан қолиши мумкинми? Бир кишининг хатосидан бутун жамоа жабрланиб қолсачи? Ҳамма ахборотлар топшириқ буйича етади-ми?

Учинчидан, жамоа аъзоларининг муносабати. Бун-

дан жамоа аъзолари қониқадими? Юқоридаги барча саволлар жамоанинг нормал ҳаёти учун жуда муҳимдир. Бундай муаммолар ечими билан ким шугулланади? Бундай вазифани бажарувчи кишилар раҳбар деб аталадилар.

Раҳбар деб ҳар битта жамоада (кичик ёки катта булишига қарамай) уз урнига, обру-эътиборга эга булган, ишнинг кўзини билиши билан жамоа аъзоларидан ажралиб турадиган кишига айтилади. Биз бу ерда менежер тушунчасига жамоа ва ундаги муносабатлардаги урни нуқтаи назаридан ёндашяпмиз.

Ҳар бир корхонанинг қандай эканлиги биринчи уринда унинг раҳбарига боғлиқ булади. Чунки ишчиларнинг кайфияти, уларнинг меҳнатига билдирилдиган муносабат раҳбарнинг таъсири натижаси ҳам булиши мумкин. Сизга шундай савол билан мурожаат қиламиз. Агар сиз ҳаётда раҳбар булмоқчи булсангиз, сиз қандай қийинчиликларга тайёрланишингиз лозим? Ўзингизнинг бурчингиз деб нималарни айта оласиз ва дуч келадиган муаммоларингиз?

Баъзан бу мақсадлар аниқ белгиланган булади. Масалан, қурувчилар аниқ бир муддатда уйни топшириши керак ёки самолёт экипажи белгиланган вақтда берилган маршрут буйича учишни таъминлаши лозим.

Ҳар бир жамоада раҳбар одамларнинг иш унумдорлигини таъминлайди. Ҳақиқий раҳбар доим узига, «иш яхши булиши учун мен ҳамма нарсени уддалай олдимми?» деб савол беради. Бундай раҳбар муваффақиятсизликлар сабабини энг аввало ўзида кўради. Бу раҳбарнинг ажойиб, керакли хислатларидан биридир.

Бизнесда ҳамиша ҳам омад кулавермайди. Лекин, ҳақиқий раҳбар муваффақиятсизликларни тусиқларга тункамасдан, уларни олдини олиш ва йўқотиш чораларини кўради.

- ?
- 1) Қайси фикр ва мулоҳазалар коммуникация усулларини танлашда асосий ролларни бажаради?
 - 2) «Менежер»га жамоадаги урни нуқтаи назаридан таъриф беринг.
 - 3) Раҳбарнинг жамоадаги ва бизнесдаги урни қандай?

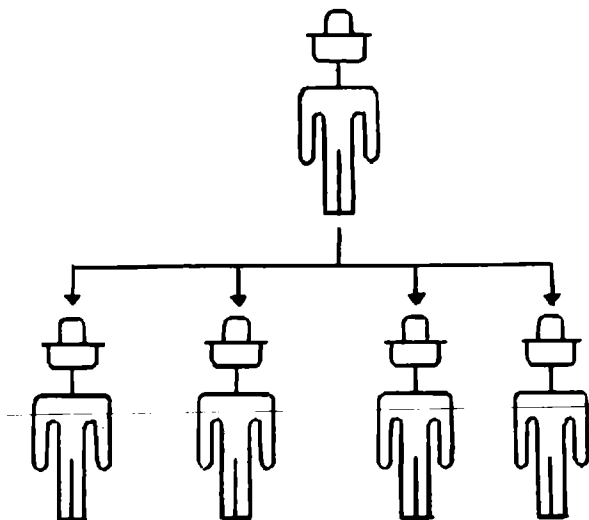
7.6. РАҲБАРЛИК УСЛУБЛАРИ

Раҳбар жамоани қандай бошқаради?

Лидер хатти-ҳаракати, муомаласининг уз буйсунувчиларига нисбатан бирқанча усуллари булиб, улар раҳбарлик услублари дейилади.

Автократик, яъни яккаҳокимиятчилик услуби. Раҳбарнинг барча хулоса, вазифа, топшириқлари ва айтганларини бундай услубиятда рад этиб бўлмайди.

Бу ҳолатда раҳбар уз хулоса, фикрларини бировлардан сурамайди, балки буйруқ бериб унинг бажарилишини назорат қилади. Бундай услуб қўлланадиган фирмалар, жамоалар марказлашган бўлади, ходимлар орасида эса алоқалар бўлмайди (7.4-расмга қаранг).



7.4-расм. Раҳбарликнинг автократик услуби.

Бу услубиятда жамоа аъзолари қатъий, қаттиқ раҳбариятга буйсунган ҳолда уз мажбуриятларини тез ва аниқ бажаришади, лекин ташаббускорлик қила олмайдилар ёки раҳбар билан янги ғоялар юзасидан гаплаша олмайдилар. Шубҳасиз, фақат автократик услубдан фойдаланиб бажариладиган ишлар ҳам булиб туради. Масалан, фирма биносида ёнғин чиқса, йиғилиш чақириб, у ҳақда фикр алмашиниш мутлақо мум-

кин эмас. Шароит тақозоси билан кимдир жавобгарликни узига олиб энгинни учирлишга киришади.

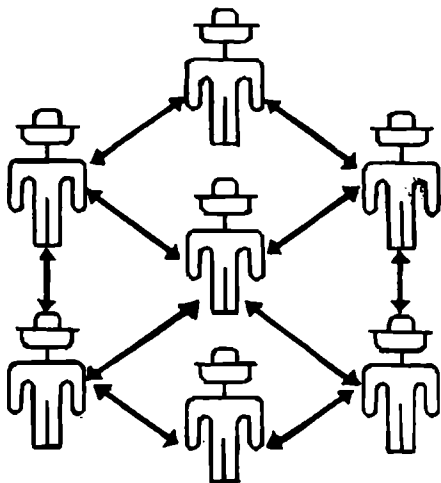
Бюрократик услуб. Бу услуб ҳам юқоридаги услубнинг бир куруниши булиб, ундан темир интизом ва белгиланган қоидаларга сүзсиз буйсунишни талаб қилиши билан фарқ қилади.

Бунда раҳбарлар жон-жаҳди билан ишнинг «қоғозли» томонини кузатадилар. баъзи ҳолатларда улар учун иш эмас, қоғозлар муҳимроқ ҳисобланади.

Бюрократия — бизнес учун ута хавфли ва ута юқумли касалликдир.

Бу услуб ҳам автократик услубият сингари баъзи ҳолларда қулланилиши мумкин, масалан, характерлари нисбатан ухшаш кишиларга, лекин раҳбар у билан жиддий қизиқиши керак эмас, чунки обрусига путур этиши мумкин.

Демократик услуб. Бу услуб барча жамоа кишиларининг қарор қабул қилишда иштирок этиш мумкинлигини англатади. Гапириш ҳуқуқига эга булган буйсунувчилар уз фикрлари инобатга олиниб, умумий ишга қандайдир ҳисса қўшаётганликларидан қониқадилар. Бундай жамоаларда «жамоа руҳи», «ички кайфияти» мавжуд булиб, одатда одамлар уз ишларига садоқатли буладилар. Бундай ҳолатларда раҳбарнинг



7.5-расм. Раҳбарликнинг демократик услуби.

урни йуқ деб булмайди. Раҳбарнинг вазифаси буйсунувчиларни ташаббускорликка йуналтириш булиб қолаверади.

Алоҳида ёндашиш услуги. Раҳбар бу услубиятда ҳар бир буйсунувчининг узига хос хусусиятларини эътиборга олган ҳолда таъсир кўрсатади.

Купинча, раҳбар ходимлари кайфиятига қараб иш юритишига тўғри келади. Шундай ҳолатларда раҳбар ходимлари характеридан келиб чиққан ҳолда муносабатда булиши керак.

Четланиш (узини четга олиш) услуги. Раҳбарликнинг бундай услубида раҳбар умуман ҳеч нарсага аралашмайди ва қатнашмайди. Одатда, у қоғозларга имзо чекади, йиғилишларда иштирок этади, холос, аммо, ҳақиқатдан бундай раҳбар ишнинг боришига ҳеч қандай таъсир кўрсатмайди. Жамоа уз ихтиёрига ташлаб қўйилиб, унинг аъзолари таваккал қилиб ишлайдилар ёки жамоада норасмий раҳбар, ҳақиқатан ҳам ишга раҳбарлик қиладиган ва атрофдагиларнинг эътиборини қозонган киши пайдо булади. Раҳбарликнинг ҳар қандай услубидаги жамоаларда ҳам ана шундай норасмий раҳбарлар булиши мумкин.

?

- 1) Қандай раҳбарлик услубларини биласиз?
- 2) Қайси услуб сизга кўпроқ маъқул келади?
- 3) Демократик услуб билан четланиш услубини таққосланг.

7.7. РАҲБАР УЗ ҚУЛ ОСТИДАГИЛАРНИ УНУМЛИ ИШЛАТИШИНING ВОСИТАЛАРИ

Бошқарув самарали булиши учун раҳбар уз буйсунувчиларининг обру-эътиборини қозониши зарур. Нима учун раҳбарларнинг баъзилари обру-эътиборли, баъзилари эса жамоа олдида обру қозона олмайди?

Раҳбарлик лавозимига даъвогарлар бир нарсани ҳеч қачон унутмасликлари керак. Жамоада ҳамиша уз раҳбарига қарши ходимлар булади. Ҳақиқий раҳбар буни доим ҳис қилиб туриши лозим. Раҳбарлик — бу китобдангина уқиб урганадиган нарса эмас. Лекин биз сизларга бир нечта тавсия ва маслаҳатлар беришимиз мумкин.

Биринчи маслаҳат. Ҳар бир кишининг узи ҳа-

қида маълум бир тасавури бор. Ҳеч қачон уз қул остингиздагиларни алдашга ҳаракат қилманг. Уз жамоангиз олдида узингизни ҳамиша табиий тутинг, шундагина обрӯ-эътиборингиз юқори бўлади.

Иккинчи маслаҳат. «Мен билмайман» деган икки сўзни айтишдан қурқманг. Купгина раҳбарлар бу икки сўз уларнинг обрӯ-эътиборига путур етказди деб ҳисоблайдилар. Яхши раҳбарнинг узига хос хусусиятлари, фазилатларидан бири унинг узига булган ишончдир, яъни уз билими ёки хатосини тан ола билишидир.

Учинчи маслаҳат. Ҳеч қачон ходимларингиздан ташқарида, алоҳида фойдаланганлигингизни билдирманг. Раҳбарнинг вазифаси — уз қули остидаги кишиларнинг фойда, даромад олиш учун ишни биргаликда бажарётганлигини курсатиб бериш. Бундай ишонч одамларнинг узлари ва раҳбарларига булган ҳурматини янада оширади.

Туртинчи маслаҳат. Ходимларингиз билан маслаҳатда булганингизда улар билан узингиз ургангиздаги масофани сақланг. Ҳатто энг таниқли раҳбар ҳам, агар у бир пайтнинг узиде ҳам раҳбар, ҳам дуст, ҳам огайни булишга ҳаракат қилса, уз мавқеи, обрусини йўқотиши мумкин. Лекин бундан «раҳбарнинг буйсунувчилар билан дустона муносабатда булиши, буш вақтни бирга утказиши керак эмас» деган фикр келиб чиқмайди.

Бешинчи маслаҳат. Уз ҳис-туйғуларингизни жиловлай билишни ургангиз. Раҳбарнинг бошқалардан фарқи — уз ҳис-туйғуларини сир тута билишидир. Масалан, раҳбар бирор ходимни қилган хатосидан қанчалик газабланмасин, барибир купчилик олдида уни изза қилиш ярамайди, бу ҳолат бошқаларда нохушлик уйғотади.

Шундай қилиб, раҳбарнинг «ҳазинасида» бошчилик қилишнинг турли услублари ва обрӯ-эътиборини мустаҳкамлашнинг ҳар хил йўллари мавжуд. Ҳар бир ҳақиқий раҳбар улардан жамоа олдида турган мақсадларига етишишида фойдаланади.

Буйсунувчилар фақат иш бажарувчилар эмас, балки раҳбарнинг ҳамфикр, маслаҳатдошлари булиши

ҳам керак. Бунинг учун раҳбар қандай йул тутиши лозим?

Шундай ҳолатда раҳбарликнинг яна бир усулини қўллаш мақсадга мувофиқдир. Бу усул мотивация (сабаблар) дейилади.

Бизнесда мотивация — одамларни унумли ишлашга йўналтириш ва ундаш деган маънони беради.

Купинча унумли ишлатиш йўллари деганда куз олдимишга ҳар хил рағбатлантиришлар, муқофот, иш ҳақи ва бошқа пуллик туловлар келади. Ҳақиқатан ҳам пул одамларнинг ишга булган муносабатининг энг муҳим сабабларидан биридир. Лекин мотивация тушунчаси ҳар хил ҳақ тулаш иборасидан бирмунча кенг-роқдир.

Эҳтиёжлар пирамидасини эсланг. Инсон моддий эки асосий эҳтиёжларидан ташқари, ижтимоий ва узининг шахсий эҳтиёжларини ҳам қондириши зарур.



7.6-расм. Рағбатлантиришнинг кўринишлари.

Кишиларнинг иш ҳақи уларнинг асосий эҳтиёжларини қондиради.

Меҳнатга ҳақ тулашнинг усуллари ҳақида биз кейинги параграфларимизда гаплашамиз. Ҳозир эса биз мотивацияни келтириб чиқарадиган самарали раҳбарликнинг умумий тамойилларини кўриб чиқамиз.

- ?
- 1) Раҳбар уз қўл остидагиларни унумли ишлатиши учун бериладиган маслаҳатларни санаб чиқинг.
 - 2) Мотивация нима?
 - 3) Рағбатлантиришнинг қандай кўринишлари мавжуд?

7.8. МУКОФОТЛАШ — МЕҲНАТГА ҚИЗИҚТИРИШНИНГ МУҲИМ ОМИЛИДИР

Биз бирор бир вазифани яхшироқ бажарсак, албатта мукофот кутамиз. Мукофот фақат моддий куринишдагина эмас, балки мақтов, қўллаб-қувватлаш, атрофдагиларнинг эътибори, хуллас, яхши бажарилаётган ишдан қониқиш ҳам ҳисобланади.

Мукофот олиш истаги ҳар бир киши характериға хос хусусиятдир. Кишилар ҳамиша уз ишини муносиб баҳоланишини истайдилар ва худди мана шу нарса — самарали, унумли меҳнат қилишнинг асосий стимулидир. Агар бундай рағбатлантириш, яъни меҳнатга қизиқтиришнинг омили бўлмаса, ишчилар уз эҳтиёжларини яхшироқ қондириш мақсадида уз иш жойларини алмаштиришлари мумкин.

Ҳар бир ҳақиқий раҳбар уз олдига қўйидаги саволларни қўйиши лозим:

- 1) Нимани мукофотлаш керак?
- 2) Қандай мукофотлаш лозим?

Бизнес — бу таваккалчилик эканлигини биламиз. Сирасини айтганда, биз таваккалчилик қилмасликка ҳаракат қиламиз. Раҳбарнинг энг кўрқадиган томони хато қилиб қўйишдир. Бизнесда таваккалчиликдан бош тортиш кўпинча хавfli бўлиб, муваффақиятсизликка олиб келиши мумкин. Раҳбар оқилона таваккалчиликни мукофотлаши керак. Компьютер ишлаб чиқарадиган таниқли фирманинг менежеридан, барча муваффақиятларға қандай эришгани туғрисида сурашганида, у: «Биз одамлар хатоға йул қўйиши мумкин ва унинг эвазига усиши мумкин булган муҳитни, шартшароитни яратдик», деб жавоб берибди.

Оқилона таваккалчилик нима? Бу мақсадларни аниқ белгилаш, барча фойда ва зарар, яъни (плюс)+ ва (минус)—ларни таққослаш ва энг қийин вариантларни танлашдан чучимаслик қобилиятидир. Агар бошлаган ишингизнинг натижаси уйлаганингиздан бошқачароқ чиқса, у ҳолда ишни узгартириш лозим. Деярли ҳар бир жамоада ташаббускор, эркин, бемалол фикрловчи кишиларни учратиш мумкин. Улардан кўпинча ақл бовар қилмайдиган гоьлар чиқиб туради.

Раҳбарлар ҳам баъзан уларни эшитишлари керак. Бизнесда бунга мисоллар жуда кўп.

Биз ишни ташкил қилиш, мақсад ва режалар ҳақида кўп гапирдик. Буларнинг барчаси муваффақиятлар гаровидир. Лекин қандайдир ҳолатларда муҳокама ва мунозаралардан қатъий дадил ҳаракатларга ўтиш зарур.

Сифат — сиз бу тушунчани яхши биласиз. Айрим фирмаларда бу тушунча ҳамиша ҳам туғри баҳоланавермайди.

Раҳбар ҳақиқатан ҳам сифатли ишни мукофотлай туриб, нафақат фирма обрусини оширишга ёрдамлашади, балки истеъмолчиларнинг сонини ҳам кўпайтиради.

Сифатли иш хизматчиларнинг ўзида ҳам жуда кўп ижобий ҳис-туйғуларни, ўз қобилиятларига ишончини ҳосил қилади. Инсоннинг ўз-ўзига баҳо бериши муваффақиятнинг жуда катта омилidir.

Сизда ўзингизни бегона ҳис қиладиган жамоага ўшиб қолиш ҳолати бўлгандир. Агар кишиларда шундай ҳолат кўп бўлса, у ҳеч қачон ўзининг асл ҳолатини кўрсата олмайди. Бунда ҳам кўп нарса раҳбарга боғлиқ бўлади. Агар кишиларнинг ўз ишхонасида фикр ва мулоҳазалари эътиборга олинса, муваффақиятлари жавобсиз қолмаса у ўзини эркин ҳис қилади. Ўз ходимларига бундай муносабатда бўлган раҳбар нимани мукофотлайди?

Жамоа кишилардан ташкил топади. Кишиларга эса бирлашиш хусусияти ҳосдир. Деярли барча жамоаларда гуруҳлар тузилади, баъзан бу гуруҳлар ўзаро ёки раҳбарият билан кураш олиб борадилар. Раҳбар бу норозиликнинг сабабини дарҳол аниқлаши лозим. Масалан, завод директори ишлаб чиқариш унумдорлигини ошириш мақсадида кундузги ва тунги смена ишчилари ўртасида мусобақа ўюштилади. Ғолибларга қўшимча бир ҳафталик таътил ваъда қилади. Аммо тузилган режа тескари акс самара беради. Ҳар бир смена ишчилари рақибларига ҳалақит бермоқчи бўлиб дастгоҳларни синдириб, яшириб қўйишлари мумкин.

Мусобақа ва низолар ҳам ишга қизиқтиришнинг омилли бўлади, аммо нотўғри ташкил қилинган мусо-

бақа жамоани парчалаб юбориши, муваффақиятсизликларга олиб келиши мумкин. Яхши жамоада қарама-қаршилик эмас, балки узаро ёрдам ва ҳамкорлик мукофотланади.

- ?
- 1) Мукофотлашдан асосий мақсад нима?
 - 2) Ходимдаги мукофотлашга лойиқ қайси сифатларни биласиз?
 - 3) Нимани мукофотламаслик керак?

7.9. МУКОФОТЛАШГА ЛОЙИҚ ХОДИМНИНГ ОБРАЗИ ВА УНИ МУКОФОТЛАШ УСУЛЛАРИ

Биз раҳбар мукофотламоқчи булган хулқ-атвор, ахлоқнинг бир неча қуринишларини санаб утдик, холос.

Сиз раҳбарингиз билан муносабатда булишингизда қуйидаги қоидаларни эсда тутиш зарур:

раҳбарингиз сизга нисбатан узини тута билиши ва сиз ҳам раҳбарингиз олдида узингизни тута билишингиз лозим.

Агар сиз раҳбарингизга уз ота-онангиз сингари муносабатда булсангиз, у ҳам сизга фарзандидек муносабатда булади.

Раҳбарингизнинг кучсиз томонларини эҳтиёткорлик билан курсатинг. Унга қийин аҳволда қолганда ҳар томонлама ёрдам беринг. Узингиз учун раҳбарингиздан нималар кераклигини ҳал қилинг. Балки сиз купроқ мустақиллик беришини хоҳларсиз, ёки маошингизни оширишни сўрарсиз?

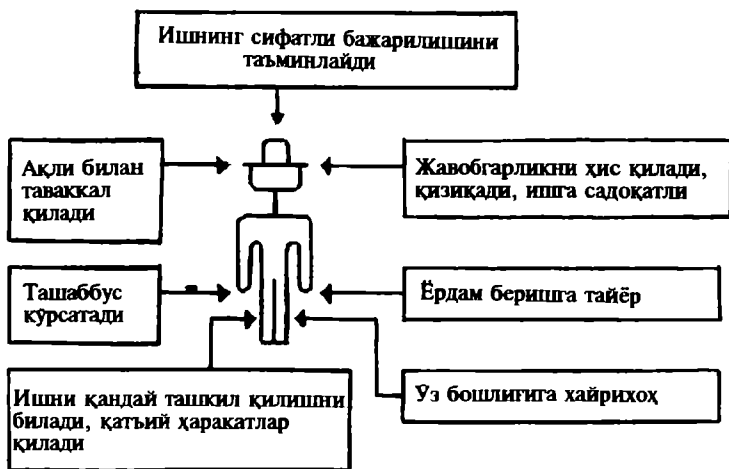
Энди куз олдингизга омадли бир одамни келтиринг. У мотивациянинг туғри тизимини қўллайдиган ва ишчиларни юқорида баён қилинган хулқ-атворлари учун мукофотлайдиган жамоада ишлайди.

Бу ишчи қандай хусусиятларга эга булиши керак? (7.7-расмга қаранг).

Бу хусусиятларни куриб ҳар бир раҳбар ана шундай ходимларни рад этмаса керак.

Инсон меҳнатини мукофотлашнинг турли усуллари мавжуд. Яхши раҳбар бу усулларни қандай меҳнат мукофотланаётганлигига қараб танлайди.

Биринчи усул — пул билан мукофотлаш. Биз-



7.7-расм. Идеал ходим.

несда пул муваффақият рамзидир. Пулли рағбатлантиришнинг формалари турлича булиши мумкин: иш ҳақини ошириш, мукофотлар, фирмага тушган фойдада иштирок этиш. Фирма ходимлари, агар фирма акцияларига эга булса, улар фирманинг фойдасини ошириш учун ҳаракат қиладилар.

Иккинчи усул — тан олиш. Моддий омиллар қанча кучли булмасин, ходимга унинг қобилиятига ишонч билдирилиши, унинг ўз раҳбаридан мақтов эшитиши ҳам роҳат бахш этади.

Учинчи усул — буш вақт. Бу усул кишиларга вақтини бекор ўтказмасликни ўргатадиган усул булиб, раҳбар ишчи ходимларини меҳнат таътилларини узайтириш йўли билан ҳам рағбатлантириши мумкин. Бу усулни ҳар куни ҳам қўллаш имконияти бор. Масалан, ходимга вазифа юкланиб ва муддатидан олдин бажарилган иш учун ходимга дам олишга жавоб бериб юбориш мумкин.

Туртинчи усул — қизиқарли иш. Бу усул яхши ишчилар учун қўлланилади. Агар ходим яхши ишласа ва раҳбарнинг, жамоа аъзоларининг эътиборини қозонса, раҳбар унга ўзи қизиқадиغان ишни топшириб, ёқмайдиган иш билан шугулланмасликка руҳсат бе-

риб мукофотлайди. Бу ҳолат яхши ишчиларнинг иш самарадорлигини янада ошириб, қолоқларга омил бўлиб хизмат қилади.

Бешинчи усул — эркинлик. Баъзи кишилар учун доимий назорат ва гамхурлик ишдаги тўсиққа ухшаб қуринади. Агар мана шундай характердаги одам берилган топшириқни яхши бажарса, унга купроқ эркинлик бериш мумкин. Масалан, ишнинг бир қисмини уйда бажаришга рухсат бериш.

Олтинчи усул — ҳузур-ҳаловат. Бу усул ҳам унчалар осон эмас, лекин барибир яхши раҳбар уз жамоаси ишини ҳаммага ёқадиган қилишга ҳаракат қилади. Ҳар бир ишчи ходимнинг кайфиятига улар хизмат қиладиган бинонинг шифтидаги нақшларидан тортиб, дераза пардасининг рангигача булган оддий бир ҳолатлар ҳам таъсир қилади. Кайфият эса муҳим қушимча омилдир.

Еттинчи усул — истиқбол. Купинча фирмалар ишчи ходимларининг юқори лавозимларга кутарилишига, яъни «усишига» имконият бермаганлиги учун яхши ишчиларини йўқотиб қуядилар. Бундай ҳолатга чек қўйиш учун раҳбар уларнинг кўз унгида профессионал ўсиш истиқболини кўрсатиш лозим. Бу дегани албатта, ҳамма яхши ишчиларни юқори лавозимларга чиқариб юборавериш эмас, балки бирор жавобгарлиги купроқ иш билан таъминлаш ҳамдир (шубҳасиз, ишга яраша маош ҳам туланади).

Умуман фирманинг ташкилий тизимини тадқиқ этишда кадрлар сиёсатини таҳлил қилиш муҳим аҳамиятга эга. Йирик компаниялар қўллайдиган кадрлар сиёсатидаги замонавий усуллар ишлаб чиқариш ва савдо-сотик самарадорлигини таъминлашда фирма раҳбарияти билан бир қаторда хизматчиларнинг ҳам ҳал қилувчи ўрни борлигини эътироф этишга асосланади. Улар шу фикрдан келиб чиқиб сифатли амалга оширилган иш учун хизматчиларни моддий ва маънавий рағбатлантириш усулларини қўллайдилар.

Раҳбар фирманинг асосий бойлиги унинг хизматчилари эканлигини унутмаслиги керак. Фирма энг қобилиятли кишиларни узига жалб этиши, уларнинг малакасини ошириш бўйича муттасил иш олиб бори-

ши, ҳар бир ходимга фирма фаолиятининг турли соҳаларида уз кучини синаб кўриш имкониятини берадиган жойни узгартириш усулларини амалда қўллаши лозим. Баъзи йирик компанияларнинг кадрлар тайёрлашга қилган сарф-харажатлари ҳар йили юзлаб миллион долларни ташкил этади. Кадрлар сиёсатида юқорида қисман айтиб утганимиздек, мустақиллик ва ишбилармонликни тақдирлаш муҳим урин тутади. Бундан кузланган асосий мақсад ходимларга уз имкониятларини тулароқ намоён қилишларига қулай шароит яратиб беришдан иборатдир.

- ?
- 1) Идеал ходимнинг асосий хусусиятларини айтиб беринг.
 - 2) Меҳнатга яраша мукофотлашнинг қандай усулларини биласиз?
 - 3) Яхши раҳбар биринчи бўлиб нимани мукофотлайди?

7.10. МЕҲНАТГА ҲАҚ ТУЛАШ

Энди эса меҳнатга ҳақ тулашнинг қандай усул ва шакллари мавжудлигини кўриб чиқамиз. Авваламбор ишчиларнинг асосий иш ҳақига тўхталайлик. Асосий иш ҳақининг вақтбай, ишбай ва лавозимига қараб ҳақ тулаш шакллари мавжуд.

Иш ҳақи тулашнинг вақтбай шаклида ишчи курсатилган вақтда ишлаганлиги учун қайд қилинган миқдорда пул олади. Масалан, бир кунда саккиз соатлик иш куни булса, шу соат учун ҳақ олади. Бу ҳақ тулаш тури асосан меҳнатни аниқ улчаш қийин булган ҳолларда, масалан сотувчига, ўқитувчига, тиббиёт ходимларига ва бошқаларга қўлланилади.

Меҳнатга ишбай ҳақ тулаш шакли қўлланилганда ишчига ишнинг бажарилган сони, ҳажмига қараб ҳақ туланади. Масалан, токарнинг ойлик маоши унинг тайёрлаган деталлари (эҳтиёт қисмлари) сонига қараб булинади.

Маошнинг лавозимига қараб ҳақ тулаш шаклида вақт ва бажарилган ишлар сони узгармайди. Ойлик ёки йиллик ставка (пул миқдори) киши эгаллаб турган лавозимга боғлиқдир, яъни у бажарётган вазифа

ва мажбуриятларга кура белгиланади. Маош ишчи ма-
лакаси ва иш стажининг ошиши билан ортиб боради.

Фирмаларда — менежер, иш юритувчи, котиб, ил-
мий ходимларга шундай иш ҳақи туланади.

Асосий иш ҳақидан ташқари ишчиларга купгина
ҳолларда қушимча иш ҳақи ҳам туланади. Бунга ми-
сол қилиб аввало турли хил мукофотларни олишимиз
мумкин. Қушимча иш ҳақини ташкил қилиш корхо-
на раҳбарига боғлиқ булади.

Мукофотлар йил охирида олинган яхши натижа-
лар учун бутун бир жамоага берилиши мумкин.

Шунингдек, раҳбар алоҳида ишчиларни сифат,
қизиқарли гоё ва ташаббускорлиги ҳамда фирманинг
юбилейи, туғилган куни муносабати билан мукофот-
лаши ҳам мақсадга мувофиқдир.

Давлат ёки хусусий фирма раҳбарияти ўз ишчи-
ларига қандай маош, мукофот беришни узлари ҳал
қиладилар. Давлат эса ҳамма ишчилардан пулнинг
бир қисмини «даромад солиғи» сифатида ушлаб қо-
лади. Даромад солиғини қанча миқдорда ушлаш
фирмага боғлиқ булмайди. У ишчи даромади миқ-
дорининг қандайдир фоизини ташкил қилади. Даро-
мад миқдорига қараб даромад солиғи белгиланади.
Демак, ишчининг қулига оладиган соф иш ҳақи
қуйидагича булади:

$$\begin{array}{l} \boxed{\text{Маош}} + \boxed{\text{мукофотлар}} + \boxed{\text{бошқа даромадлар}} - \boxed{\text{даромадлар солиғи}} \\ - \boxed{\text{бошқа солиқлар}} = \boxed{\text{соф иш ҳақи}} \end{array}$$

- ? 1) Меҳнатга ҳақ тулашнинг қандай асосий усулларини биласиз?
2) Қушимча иш ҳақи нима?
3) Соф иш ҳақи қандай ҳисобланади?

Х у л о с а

Ушбу бобда сиз раҳбарлар ходимлар билан қандай
ишлаши, ходимларнинг кайфиятига қараб иш тутиш-
ни ўрганиш, кишиларнинг жамоадаги фаолияти ва у

срдаги муносабатлар, рағбатлантириш каби мавзуларни уқиб ургандингиз. Кейинги бобда биз сиз билан маркетинг ҳақида суҳбатлашамиз.

М а ъ р у з а в а р е ф е р а т л а р

1. Бандлик хизмати марказига боринг.

Қуйидаги саволларга жавоб топишга ҳаракат қилинг:

а) қандай иш ва мутахассислар таклиф қилинади?

б) ҳақ тулаш улчами ва формаси қанақа?

в) турли касб ва ишларга туланадиган ҳақларнинг фарқи қандай?

г) таклиф қилинаётган ишларнинг қайси бирига талаб катта, қайси бирларига талаб кам?

д) қайси соҳа мутахассиси иш топа олмайди?

Куз олдингизда ишга жойлашган мутахассис билан гаплашинг. Ундан иш, ишга туланадиган ҳақ ва нима учун айти шу ишни танлаганлиги туғрисида суранг.

2. Хоҳишингизга кура бир фирмани танланг. Шу боб натижалари асосида реферат ёзиб, маъруза қилинг. Уз маърузангизда қуйидаги саволларни ёритинг:

а) фирма нима билан шуғулланади, асосий мақсадлари нималардан иборат?

б) фирмада қанча одам ишлайди, унинг ташкилий тизими қанақа?

в) қандай алоқа тархи мавжуд? Ахборотларни уза-тиш, тесқари алоқа усуллари (йул йуриқлар) ва раҳбар билан буйсунувчининг узаро муносабатлари ҳақида сузланг.

г) раҳбар ким ва у қандай раҳбарлик усулларини қўллайди? Конкрет мисоллар келтиринг. Унинг обриси қанчалар баланд ва у нима билан аниқланади?

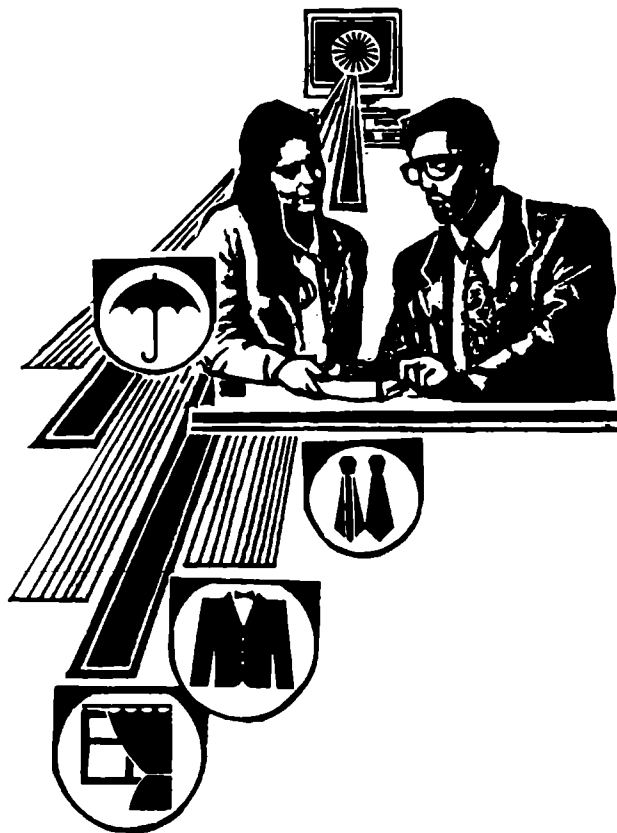
д) фирмада ишчиларнинг мотивация тизими қандай? Нимани ва қандай муқофотланади?

е) меҳнатга ҳақ тулашнинг қандай шаклларидан фойдаланилади? Ишчиларнинг маош миқдори қандай?

Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар:

капитал
шахсий эҳтиёж
раҳбар
ходим
мотивация
рағбатлантириш
мукофот
профессионал

8-606 МАРКЕТИНГ



МАРКЕТИНГ

1. Маркетинг нима?
2. Маркетинг тизимининг асосий босқичлари.
3. Харидор хатти-ҳаракатига таъсир этувчи омиллар.
4. Харидор бозорда.
5. Маркетинг мутахассисларининг тадбирлари туғрисида.
6. Анкета ва интервьюлар орқали олинган маълумотлардан фойдаланиш.
7. Истеъмолчи талабларининг маркетингга таъсири.
8. Нархнинг қуйи ва юқори чегараси.
9. Тақсимлаш каналлари.
10. Арзонлаштирилган нарх, миқдорларни мукофотлаш ва реклама.
11. Рекламани уюштириш.

8.1. МАРКЕТИНГ НИМА?

Агарда сиз жуда яхши маҳсулот ишлаб чиқараётган булсангиз ёки энг самарадор тизимга эга булсангиз ҳам, уз товарларингизни сота олмагунча сизга муваффақият ҳамроҳ булмайди.

Бизнесда товарларни сотиш тушунчаси биз ҳар кунни ҳаётимизда ишлатадиган сотиш тушунчасига қараганда анча кенгдир. Бу буюртмаларни олиш, уларни қондиришдаги хилма-хил каналлар орқали тарқатиш ва уларни сотувдан кейинги хизмат курсатиш (сервис) шахобчалари билан таъминлашдир. Бунда, шунингдек сизнинг бозордаги руй бераётган узгаришлардан (бозор конъюнктурасидан) хабардор булиб туришингиз ва истеъмолчига кераксиз ёки эскириб қолган товарларни таклиф қилмаслигингиз ҳам муҳимдир. Майда фирмаларнинг банкрот булишларининг энг кенг тарқалган сабабларидан бири, уларнинг эгаларининг кундалик муаммолар билан банд булган ҳолда, бозордаги узгаришларни уз вақтида кура олмаганлигидадир.

Талаб ва таклифнинг номутаносиблиги «сотувчи бозори» ва «харидор бозори» тушунчаларининг пайдо булишига олиб келади.

Агар талаб таклифга қараганда анча юқори булса биз «сотувчи бозори» тўғрисида суз юритишимиз мумкин, чунки товар унинг сифатидан қатъи назар сотилиб кетади. Товар ассортименти кам, рақобат йуқ. Шунинг учун ҳам харидор сотувчи бозорга нимани чиқарса ушани олишга мажбур. Бу ҳол билан биз социализмдаги товар тақчиллиги даврида яхши таниш эдик.

«Харидор бозори» эса товарни танлаш имкониятини беради. Харидор ҳар хил корхоналар томонидан ишлаб чиқарилган хилма хил товарларни бир-бири билан таққослаб, уларнинг уз талабига қай даражада мос келишига қараб танлаб олиш имкониятига эга. Яъни, «харидор бозори» учун таклифнинг талабга қараганда куплиги хосдир. Бундай вазият ҳозирги пайтда ривожланган ғарб мамлакатларида яққол кузга ташланади.

Ғарб мамлакатларида иккинчи жаҳон урушидан кейин бозорнинг товарлар билан тулиши маркетинг фалсафаси ва амалиётининг пайдо булишига олиб келди.

Маркетинг стратегияси ва тактикасининг асоси қилиб товарларни сотиш нуқтаи назаридан энг самарали тамойил қуйилади: авваламбор харидор қайси товарни, қандай истеъмол хоссалар билан, қайси нархда, қанча миқдорда ва қайси жойларда сотиб олишга тайёр эканлигини билиб, ундан кейин уни ишлаб чиқаришни ташкил қилиш, ишлаб чиқариш ва сотиш тўғрисида уйланиш керак.

М а р к е т и н г сузи англизча «market» — бозор сузидан олинган булиб — бу бозорни таҳлил қилиш ва истиқболни аниқлаш, бозордаги фаолиятнинг стратегияси ва тактикасини махсус ишлаб чиқиш орқали муайян истеъмолчиларнинг талабларини қондириш ва фойда олишга йуналтирилган ишлаб чиқариш ҳамда сотишни ташкил қилиш тизимидир. Юқоридаги тилга олинган дастурларни биз маркетинг дастурлари деб атаёмиз.

- ?) 1) «Сотувчи бозори» нима?
 2) «Харидор бозори»нинг афзалликлари нималардан иборат?
 3) Маркетинг нима? Унинг замонавий бизнесдаги ролини айта оласизми?

8.2. МАРКЕТИНГ ТИЗИМИНИНГ АСОСИЙ БОСҚИЧЛАРИ

Маркетинг тизими қай тариқа вужудга келади? Бу саволга жавоб топиш учун аввало маркетинг тизимининг асосий bosқичлари туғрисида гаплашишимизга туғри келади. Улар талабни аниқлаш, талабни қондириш ва талабни янгилаш bosқичларидир.



8.1-расм. Маркетинг тизимининг асосий bosқичлари.

Энди бу bosқичларнинг ҳар бири билан танишиб чиқайлик.

Т а л а б н и а н и қ л а ш учун нимага эътибор бериш керак? Баъзи товарлар барча харидорлар ичида катта талабга эга. Масалан: нон, туз, гушт ва ҳ.к. Бошқа товарлар айрим харидорлар ичида уз талабини топади. Масалан: рассомлар орасида — мўйқалам, акварель ва холстлар; мусиқашунослар ва мусиқа ихлосмандлари орасида — мусиқа асбоблари ёки филателистлар орасида — эски маркалар. Баъзи товарларга талаб йилнинг фаслларига қараб узгариб туради. Масалан, қишда иссиқ кийим-кечакка талаб купайса, ёзда чўмилганда кийиладиган уст-бошларга талаб ошади.

Қайси товардан қанча ишлаб чиқариш керак? Агар у янги товар булса, унинг керакли ҳажмини қандай аниқлаш мумкин? Агар илгаридан ишлаб чиқарилаётган булса, унга булган талаб қандай узгараётгани ва кейинроқ қандай узгаради ёки узгариши мумкин? Харидорларнинг у ёки бу товарга талаби уларнинг сотиб олиш имкониятига қараб чегараланган, буни ҳам фирма товар ишлаб чиқаришда инобатга олиши шарт.

Товарнинг харидоргир булишига унинг нархидан ташқари бошқа омиллар — товарнинг чиройли, ихчам уралганлиги, товарнинг ишлатишдаги қулайлиги ва бошқалар таъсир этади.

Ҳар бир товарга булган талабни аниқлаш, юқорида санаб утилган вазифаларни бажариш, бозорни урганиш билан маркетинг буйича мутахассислар шугулланадилар.

Фирма бозорни яхшилаб урганиб чиқди, бозордаги талаб даражасини аниқлаб олди. Энди товарнинг сотилишини қандай йулга қуйиш керак? Товар харидорга тез ва арзон нарҳда етиб бориши учун нима қилиш керак? Товарлар учун қандай реклама энг мақбул булади? Нечта одам сотиш билан шугулланиши керак ва бу одамлар қандай булиши керак? Қисқа қилиб айтганда фирма қай тариқа бу талабни қондириши лозим?

Фирманинг мақсади фақат товарни сотиб, харидорлар эҳтиёжини қондиришигина эмас, балки узи учун энг куп фойда олишдан иборат. Маркетинг буйича ҳамма ҳаракатлар худди шунга йуналтирилган.

Ишлаб чиқариш ва маркетинг — узлуксиз жараёндир. Ҳеч бир ишбилармон бир мартаба ишлаб чиқариб, сотишдан фойдасини олгандан сунг уз ишини епиб қуймайди. Ҳақиқий ишбилармон узининг товари тургун талабга эга булган тақдирда ҳам эришган фойдаси билан кифояланиб қолмайди, балки бозор доим ҳаракатда эканини эсда тутади. Одамлар (харидорлар) эътиборини бир марта жалб қилиш старли эмас, балки уни доим шу даражада маҳкам ушлаб туриш керак. Одамларни узларининг олган нарсаларини янгилатишга жалб қилиш керак, уларнинг узга туривчи талабига мослашиш керак. Шу ҳаракатлар маркетинг тизимидаги талабни янгилаш босқичининг асосини ташкил қилади.

- ?
- 1) Маркетинг тизимининг асосий босқичларини айтиб беринг.
 - 2) Талаб қондирилишидан тадбиркор қандай манфаат куради?
 - 3) Талабни янгилаш нима?

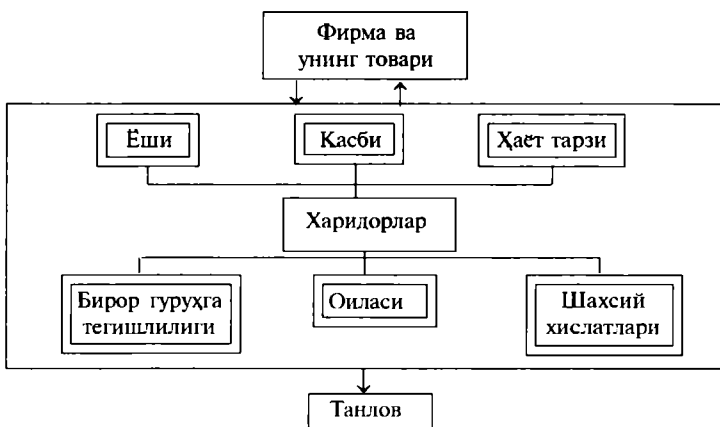
8.3. ХАРИДОР ХАТТИ-ҲАРАКАТИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР

Фойда олиш ва бизнеснинг гуллаб-яшнаши учун бозорни мукамал урганиш ва билиш даркор. Бозорни тадқиқ қилиш, товарнинг узини тайёрлашга қараганда ҳам мураккаб, қиммат ва узоқ булиши мумкин.

Бу ишни нимадан бошлаш керак? Бирор конкрет товарга нисбатан булган талабни урганиш буйича шу-гулланадиган одам харидорларнинг бозордаги хатти-ҳаракати ва товар сотиб олиши нималарга боғлиқ були-шини билиши керак. Бозорни билмай туриб товарни қур-қурона ишлаб чиқариш узингизни аввалдан муваф-фақиятсизликка мубтало қилиш билан баробардир.

Кичик фирмалар узининг харидорлари билан бево-сита алоқада булади ва уларнинг барча хатти-ҳаракат-лари билан таниш буладилар. Масалан, бирор кичик хусусий ошхона эгаси, қуп йиллар давомида узининг доимий мижозларининг диди ва табиатини урганиб олади, уларнинг севимли таомлари, ичимликлари ва ҳатто ёқтирган столларини яхши биледи.

Катта фирмалар эса узларининг харидорлари билан бевосита мулоқотга эга эмас, шунинг учун улар уз харидорларини урганиш учун қуп ишларни олдиндан амалга ошириши керак. 8.2-расмда харидор хусусиятла-рининг оддий тархи тасвирланган.



8.2-расм. Харидорнинг хатти-ҳаракатига таъсир этувчи омиллар.

Харидорнинг бирор бир товарни сотиб олиши ва бозордаги хатти-ҳаракати бир нечта омилларга боғлиқ бўлади. Энди шу омилларни куриб чиқайлик.

1. Одам ёши. Йиллар утиши билан одамларнинг озиқ-овқатга, мебелга, медицина хизматларига, кийим-кечакка ва бошқа купгина нарсаларга булган эҳтиёжи узгариб туради.

2. Касби. Чилангар учун купроқ темир-терсак зарур булса, дурадгор купроқ ёғоч хом ашёсига эҳтиёж сезади.

3. Ҳаёт тарзи. Ҳаёт тарзи билан талаб орасида кучли боғланиш бор. Буш вақтини спортга бағишлаган одамларга спорт кийимлар, махсус оёқ кийимлар, спорт анжомлари керак бўлади.

Муסיқа шинавандаларига пластинкалар, кассета-лар ва шу кабилар керак бўлади.

4. Бирор-бир гуруҳга тегишли бўлиш. Бу ерда гуруҳ деб шундай одамлар тупламини назарда тутиладики, уларнинг умумий қизиқишлари бўлади ёки улар бир миллат, бирор диний йўналиш бўйича бирлашган бўлишади. Масалан, нумизматлар клубининг аъзолари ҳар хил эски тангаларнинг асосий харидорларидирлар.

5. Оила. Оиланинг товарни харид қилинишида таъсири каттадир. Купинча йирик ва қимматбаҳо товарни сотиб олишда оилада бир-бири билан маслаҳатлашадилар, кейин у ёки бу товарни сотиб оладилар. Оила аъзолари сони ҳам бунда катта аҳамиятга эга бўлади. Масалан, аъзолари кам оила учун кичик ҳажмли музлатгич сотиб олиш кифоя, аъзолари куп булган оила эса катта ҳажмли музлатгич сотиб олишни хоҳлайди.

6. Харидорларнинг шахсий хислатлари. Бу омилни урганиш жуда ҳам қийин. Лекин бари бир бунда ҳам баъзи кузатишларни олиб бориш зарур. Масалан, реклама бўйича мутахассис реклама тайёрлаш жарасида нималарга эътибор бериши кераклигини мисолларда изоҳлайлик:

1-мисол. Ҳар хил одамлар бир хил маълумотни ҳар хил қабул қилади. Баъзи одамлар куз орқали курилган маълумотни яхши қабул қилса, бошқалари эшитиш орқали маълумотни яхши қабул қилади. Шу-

ни эътиборга олиб телевизион реклама тайёрлашда курсатувлар матн билан таъминланади ва ёзувда ифодаланади, суҳандон эса шу матнни уқийди. Шунда маълумот ҳар хил хислатли харидорга стиб боради.

2-мисол. Куп ҳолларда, айниқса катта ешдаги одамларда, ҳар хил турғун тасаввурлар пайдо бўлади. Масалан, «фирманинг товарлари ёмондир». Агар бу тасаввур нотўғри бўлса ёки ишбилармон бу тасаввурни йўқотмоқчи бўлса, рекламани кучайтириши керак бўлади. Санаб утилган омилларнинг купини ишбилармон ёки фирма уз фойдасига узгартира олмайди. Лекин бу омилларни урганиш ушбу саволларга жавоб топишга имкон беради:

1. Кимларнинг (қандай харидорлар гуруҳининг) эҳтиёжи ишлаб чиқарилаётган товарга нисбатан куп бўлади?

2. Товар ишлаб чиқаришни кимларга йуналтириш керак, яъни кимларнинг эҳтиёжи учун ишлаб чиқариш керак?

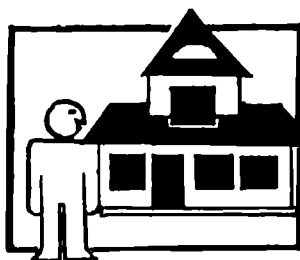
- ?
- 1) Харидорлар ҳатти-ҳаракатига таъсир этувчи омилларни айтиб беринг.
 - 2) Одам ёши, касби ва ҳаёт тарзининг эҳтиёж билан боғлиқлиги.
 - 3) Харидорлар шахсий хислатларининг эҳтиёжга таъсири.

8.4. ХАРИДОР БОЗОРДА

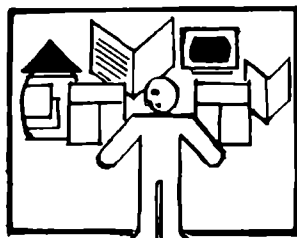
Энди эътиборни товарни сотиб олишга қаратамиз. Харидор қандай қилиб товарни сотиб олади? Бу жаъраёнда нималар ёрдам беради ва нима халақит беради? Товарни сотиб олиш жараёни қачон бошланади? Кассага пул ўтказилгандами? Ёки харидор бозорга кириб келгандами? Аслида бу жараён анча илгари бошланади. Пулнинг харидордан сотувчига ўтиши ёки товарнинг харидор қўлига ўтиши сотиб олиш жараёнининг охириги босқичи ҳисобланади. Ҳуш, сотиб олиш жараёнининг бошлангич босқичи нимадан иборат? 8.3-расмда сотиб олиш жараёнининг барча босқичлари акс эттирилган.

В а з и я т. Бу товарга эҳтиёж пайдо бўлган ёки уни сотиб олиш имконияти вужудга келган ҳолатдир. Бу босқич натижасида бирор товарга ёки хизматга нисбатан эҳтиёж вужудга келади.

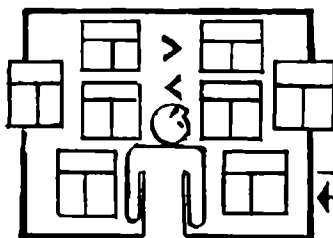
вазият



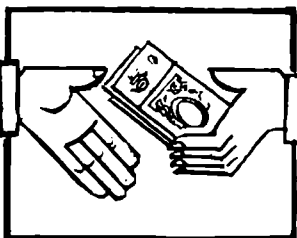
маълумот



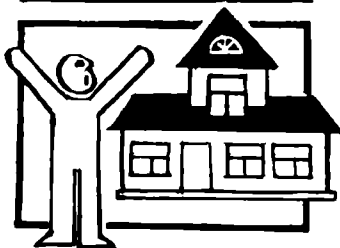
вариантларни солиштириш



сотиб олиш пайти



савдо-сотиқни баҳолаш



8.3-расм. Сотиб олиш жараёни bosқичлари.

Маълумот. Ҳар қандай товарни сотиб олиш учун ҳар бир харидор ёнида турган танишлари билан маслаҳатлашади. Бирор каттароқ, қимматроқ нарса сотиб олоқчи бўлганда харидорга қўшимча маълумотлар керак бўлади. Масалан, гап телевизор, видеомагнитофон ёки шунга ухшаш қимматбаҳо товар устида кетса, у ҳолда харидор бу товарлар туғрисида кўпроқ маълумот олишни истайди. Шунинг учун у танишларига, мутахассисларга мурожаат қилиши, реклама янгиликларидан қизиқтираётган товарлар ҳақидаги маълумотларни яхшилаб қараб чиқиши ёки сотувчидан сураши мумкин. Бу босқич натижасида товар ҳақида қандайдир маълумотлар йиғилади.

Вариантларни таққослаш. Бу ҳолат харидорга мос келадиган товарларнинг хили бир нечта бўлганда содир бўлади. Бу ҳолда харидор ҳар бир турдаги товарнинг истёмоғи хоссаларини таққослай бошлайди ва унга мос келган хоссалар бирлашмасини аниқлайди.

Сотиб олиш пайти. Харидор барча «олиш» ва «олмаслик»ларни таққослаб куриб, охири сотиб олишга аҳд қилди, дейлик. У пулни тулаб, товарни олди. Лекин баъзан савдо-сотик бўлмаслиги ҳам мумкин, мисол учун сотувчи харидорга нисбатан шунчалик эътиборсизлик билан қарайдики, натижада харидор буни куриб сотиб олишдан воз кечиши мумкин. Бундай ҳолатларнинг баъзиларида савдо-сотик кейинроққа қолдирилса, бошқа ҳолларда умуман савдо-сотик бўлмаслиги мумкин. Шундай ҳоллар ҳам бўладики, бунда сотиб олиш жараёни «занжири»ни янгитдан босиб утишга туғри келади. Шундай қилиб, бу босқичда харидор товар эгаси булиши мумкин ёки товарга эга бўлмаслиги мумкин.

Савдо-сотикни баҳолаш. Савдо-сотик бўлиб утди. Лекин бу билан жараён тугамайди. Харидор сотиб олган товардан фойдаланган сари секин-аста бу товар қай даражада узини кўрсатишини сеза бошлайди. Бу эса «Зур нарса экан!», «Яхши ишляпти», «Ширин, мазали», «Жуда яхши» ёки «Ҳеч нарсага арзимайди», «Пулларни бекорга кетказиб юборибман» кўринишдаги баҳоларда ифодаланади. Шундай қилиб,

охирги босқичнинг ва бутун жараённинг натижаси — харидор эҳтисжининг қай даражада қондирилганидан иборат бўлади.

Таърифлаб утилган сотиб олиш жараёни товарнинг турига, савдо-сотиқ булиб утиш шароитига ва харидорнинг хатти-ҳаракатига боғлиқ бўлади. Бунда баъзи босқичлар тушиб қолиши мумкин. Масалан, агар товар атига битта турда бўлса, вариантларни таққослаш босқичи рўй бера олмайди. Савдо-сотиқнинг қонуниятларини, истеъмолчиларнинг хатти-ҳаракатига таъсир курсатадиган омилларни тушуниш — профессионал маркетингнинг асосини ташкил этади.

- ?
- 1) Вазият ва маълумот босқичлари деганда нимани тушунаси?
 - 2) Вариантларни таққослаш ва сотиб олиш пайти босқичларини айтиб беринг.
 - 3) Савдо-сотиқни баҳолаш босқичини тушунтириб беринг.

8.5. МАРКЕТИНГ МУТАХАССИСЛАРИ ТАДБИРЛАРИ ТУҒРИСИДА

Бозор тадқиқотчиси — бозордаги сотувчи номидан ҳаракат қиладиган вакиллари — менежер ёки махсус маркетинг мутахассислари ҳисобга олиши керак бўладиган нарсаларга разм соладиган бўлсак, улар жуда ҳам хилма-хилдир.

Бозор тадқиқотчиси харидор ва унинг талаби билангина қизиқиб қолмай, балки узининг рақобатчилари ва уларнинг товарлари билан, мамлакатдаги, қолаверса бутун дунёдаги иқтисодий ҳолат билан ҳам танишади. Бу нарса йирик фирмалар фаолиятида катта аҳамиятга эга. Бизнес тарихида бунга кўп мисоллар келтириш мумкин. Мисол учун, йирик фирмалар иқтисодий кризис вақтида янги товарларни ишлаб чиқаришни бошлаб, катта харажатлар ҳисобига кўплаб пул йўқотишган.

Ихтиёрий муаммони урганишда бозор тадқиқотчиси текширув мақсадини қўйиши ва керакли маълумотларни йигиб олиши керак бўлади.

Фирмалар олдида турган ва ечилиши лозим бўлган муаммолар узлуксиз боғлиқ булиши керак. Масалан,

салқин ичимликлар билан савдо қилувчи ишбилармон фаолиятини мисол қилайлик. Ишбилармон ичимлик тайёрловчи фирмадан 1 шишаси учун 10 сумдан пул тулаб турли хил ичимликларни олиб келади. Қолгани узига боғлиқ. Қандай ичимликни қайси нархда сотишига қараб ҳар хил миқдорда фойда олиши мумкин. Айтайлик, ишбилармон уз тажрибасидан қониқмади, жуда ҳам кам ичимлик сотди. У ҳолда нима қилмоқ керак? Қандай қилиб харидорлар сонини ошириш мумкин? Ишбилармон уз муваффақиятсизлик сабабларини аниқлаш учун маълумот йиғиш ишларини бошлайди. Маълумотлар йиғиш, масалан, қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

1. Одамлар қачон кўпроқ салқин ичимлик сотиб олишини ва қайси ичимликдан қанча сотиб олишини аниқлаш.

2. Бошқалар ичимликларни қандай нархда сотаётганини аниқлаш.

3. Рақобатчиларнинг ишлари қандай аҳволда эканини аниқлаш.

4. Агар бир шиша ичимликнинг нархини 1 сум камайтирса, ичимликларнинг сотилиши купаядими? Агар купайса, қанчага купаяди? каби саволларга жавоб бериш ва ҳ.к.

Авваламбор маълумотларнинг олиниш манбаларининг баъзиларини келтиришимиз лозим.

Тупланадиган маълумотлар манбаи хилма-хил бўлади. Бозор тадқиқотчиси булган маркетинг мутахассиси уларни турли газеталардан, махсус журналлардан, мижозлар билан бевосита мулоқот қилиш орқали ёки яна бошқа манбалардан олган бўлиши мумкин.

Маълумотларни йиғиш. У экспериментлар, кузатишлар, сураб-суриштиришлар орқали амалга оширилади. Масалан, ичимлик сотишдаги биринчи саволга кузатишлар орқали жавоб олинса, иккинчи ва учинчи саволларга сураб-суриштиришлар орқали жавоб олиш мумкин. Сураб-суриштириш маълумот йиғишда жуда ҳам қулай ва самарали усулдир. Сураб-суриштириш кўп ҳолларда анкета ва интервьюлар орқали амалга оширилади.

- ?) 1) Сиз маркетинг мутахассислари нималарга эътибор бериши муҳим деб уйлайсиз?
- 2) Ишбилармон уз муваффақиятсизлиги сабабларини нимадан қидириши керак?
- 3) Маркетингда маълумотлар йиғишнинг қандай усуллари қўлланилади?

8.6. АНКЕТА ВА ИНТЕРВЬЮЛАР ОРҚАЛИ ОЛИНГАН МАЪЛУМОТЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ

А н к е т а — маълумот олиш учун белгиланган суроқ варақасидир. Анкетани тузишда тадқиқотчи кимни суроққа тутишни, нечта одамни суроқ қилишни яхшилаб уйлаши керак. Тадқиқотчи бирор шаҳар ёки тумanning ҳамма одамларини суроққа тутиш имкониятига эга эмас ва бунинг зарурати ҳам йуқ. Шунинг учун тадқиқотчи бир т а н л а м а н и олади. Танлама — бу шундай одамлар гуруҳидан иборатки, бу одамлардан олинган маълумот тадқиқот мақсади учун хизмат қилиб, унга фойда келтириши керак. Мисол учун тадқиқотчи трикотаж фабрикаси ишлаб чиқараётган янги турдаги пайпоқларга нисбатан харидорлар муносабатини ўрганиш учун танлама аъзолари аёллардан иборат булиши керак. Ёки нашрдан чиқаришга тайёрланган математикага оид дарсликка эҳтиёжни аниқлаш учун тилшунослар ёки тарихчиларни танлаб олиш мўтлақо мақсадга мувофиқ эмас. Танламанинг катта ёки кичиклиги ҳақида шуни эсда тутиш керакки, танлама қанча кенгроқ бўлса, текширув натижаси шунча кучли ва йшончли бўлади.

Анкетага киритиладиган саволлар ҳам текширув мақсадига мувофиқ бўлмоғи лозим. Ихтиёрий анкетада битта нотўғри қўйилган савол ҳамма ҳаракатларни йуққа чиқариб юбориши мумкин. Саволлар оддий, тушунарли, уйлаш вақтини олмайдиган булиши керак. Мисол учун, фирманинг янги товарига нарх қўйиш учун харидорларнинг шу товарни муайян бир нархда сотиб олиш имкониятини билиш керак бўлсин. Бунинг учун, масалан, қўйидаги саволларни умуман қўймаслик керак.

«Сизнинг (ёки оилангизнинг) ойлик даромадингиз қанча?» (Ҳамма ҳам уз даромадини аниқ миқдорини айтгиси келавермайди.)

«Бир ойда... товарга қанча пул ишлатасиз?» (Жуда кам одам буни эслаб қолади, аксинча кўпчилик бунга эътибор ҳам бермайди.) Бу каби саволларга жавоблар жуда ҳам умумий бўлиб, тадқиқот мақсадига фойдаси тегмайди.

Анкеталарда шундай саволлар бериш мақсадга мувофиқки, бу саволларга берилиши лозим бўлган жавоблар «ҳа» — «йўқ», «розиман» — «норозиман» каби тайёр кўринишда бўлсин.

Анкетани қандай тарқатиш мумкин? Почта орқали юбориш ёки шунчаки ўзини тарқатиш мумкин. Анкеталарни тарқатишда радио ва телевидениедан ҳам фойдаланса бўлади. Маълумотларни йиғишда анкеталардан ташқари **и н т е р в ь ю л а р д а н** ҳам фойдаланиш мумкин. Бунинг учун ҳам анкеталардаги каби саволлар кетма-кетлигини тайёрлаб қўйиш керак. Интервью вақтини ва жойини белгилаб олиш зарур. Савол-жавобларни кўчаларда, транспортда ёки олдиндан келишиб қўйилган жойларда амалга оширишса бўлади. Интервью бир неча секунддан тўртиб бир неча соатгача давом этиши мумкин.

М а ъ л у м о т л а р д а н ф о й д а л а н и ш, дейлик, ишбилармон қайси ичимликнинг кўпроқ кетишини аниқламоқчи. Шу мақсадда «Сиз қайси ичимликни ёқтирасиз?» деган савол билан мурожаат этади. Жавоблар олингандан кейин, уни олдиндан тайёрлаб қўйилган «Жавоблар тартиби»га киритиб қўяди (8.4-расм).

Ичимлик тури		Сони	%
Кока-кола	+++++	5	10
Фанта	+++++++	8	16
Фиста	+++++++	13	26
Роҳат	+++++++	10	20
Мин. сув	+++++++	14	28
Ҳ а м м а с и		50	28

8.4-расм. Маркетинг интервью «жавоблар тартиби»га мисол.

Тадқиқотчи йигиб чиққан ҳамма маълумотларни қайта ишлаб чиқади. Масалан, яхна ичимлик сотувчи тадқиқотчиси ҳар бир вариантдаги жавобларни санаб чиқиб, умумий сонга нисбатини олиб қарайди (8.4-расмга қаранг).

Каттароқ қийин мақсадли текширувларда махсус математик методлар (масалан, математик статистика методлари, жараёнларни тадқиқ қилиш методлари ва бошқалар) қулланилади.

Салқин ичимликлар сотувчиси мисолида ишбилармон маълумотларни узи учун йигади ва таҳлил қилади. Катта фирмаларда эса маркетинг булимидаги бир гуруҳ тадқиқотчилар бозорни урганиш билан шуғулланади ва олган маълумотларни фирма бошлигига эки маълумотлар билан шуғулланувчи булим бошлигига топширади. Бу оғзаки ахборот тарзида эки муайян формадаги ҳисоб-китобли ахборотнома тарзида булиши мумкин. Фирма эки булим бошлиги, топширилган маълумотлар натижасига таянган ҳолда маркетинг қарор қабул қилади ва маркетинг тадбирлар режасини ишлаб чиқади. Бу қарорларда ҳал этилган ечимлар товарнинг узига нисбатан эки уни сотишни ташкил этувчи булимларга нисбатан булиши мумкин.

- ? 1) Анкета шима ва ундаги саволлар қандай танланади?
2) Маълумотларни йигишда интервьюлардан қандай фойдаланилади?
3) Маълумотлардан қай тариқа фойдаланиш мумкин? _____

8.7. ИСТЕЪМОЛЧИ ТАЛАБЛАРИНИНГ МАРКЕТИНГГА ТАЪСИРИ

Бизга аввалги булимлардан маълумки, товарлар асосан ишлаб чиқариш воситаси шаклида ва истеъмол буюмлари шаклида булади. Ишлатиш муддатига кура бир марта қулланадиган эки узоқ муддатга мулжалланган товарларга ажратилади.

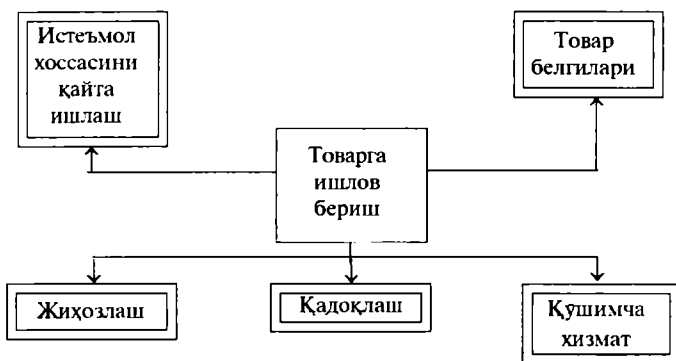
Маркетинг билан шуғулланувчи одам товар сотиб олиш билан фақат янги нарсага эга булибгина қолмай, балки каттароқ нарсага эга булишини биледи. Бу «имконият» деб аталади.

Мисол учун кассета сотиб олиб, узимиз ёқтирган қушиқчининг қушиқларидан баҳраманд булишимиз

мумкин. Янги модада тикилган кийим сотиб олиб ораста кийиниш имконига эга буламиз ва эстетик завқ оламиз. Ойлик транспорт чиптасини олиш билан бир ой давомида транспортда чипта сотиб олишдан қўтиламиз. Маркетинг буйича мутахассис учун бу товар истеъмолчига нисбатан қандай имкониятга эга эканлигини билдиради.

Истеъмолчи узининг сотиб олмоқчи булган товарига нисбатан жуда кўп талабларни қўяди ва маркетингда бу талаблар ўз ифодасини топади.

Товарни сотиб ола туриб, биз унинг ташқи кўриниши орқасида нималар тургани ҳақида кам уйлаймиз. Масалан, унинг истеъмол хоссалари, қадоғи (упаковкиси), турли хил безаклари нимани англатади. Лекин бу параметрлар фирма фаолиятига катта таъсир кўрсатади. Бу нарса товарга ишлов бериш дейилади. Товарга ишлов бериш ўз ичига кўп, хилма-хил фаолиятларни олади. Буларга мисол қилиб товарнинг истеъмол хоссасини қайта ишлаш, жиҳозлаш, безак бериш, қадоқлаш, қўшимча хизмат қилиш ва ҳоказоларни кўрсатиш мумкин (8.5-расм).



8.5-расм. Товарга ишлов бериш турлари.

Истеъмол хоссаларини қайта ишлаш. Бу — товарнинг тури ва нимага йуналтирилганлиги билан аниқланади. Истеъмол хоссалари, ўз урнида, товарнинг қандай хом ашёдан тайёрлангани, тузилиши, сифати ва узлаштириш усули билан аниқланади.

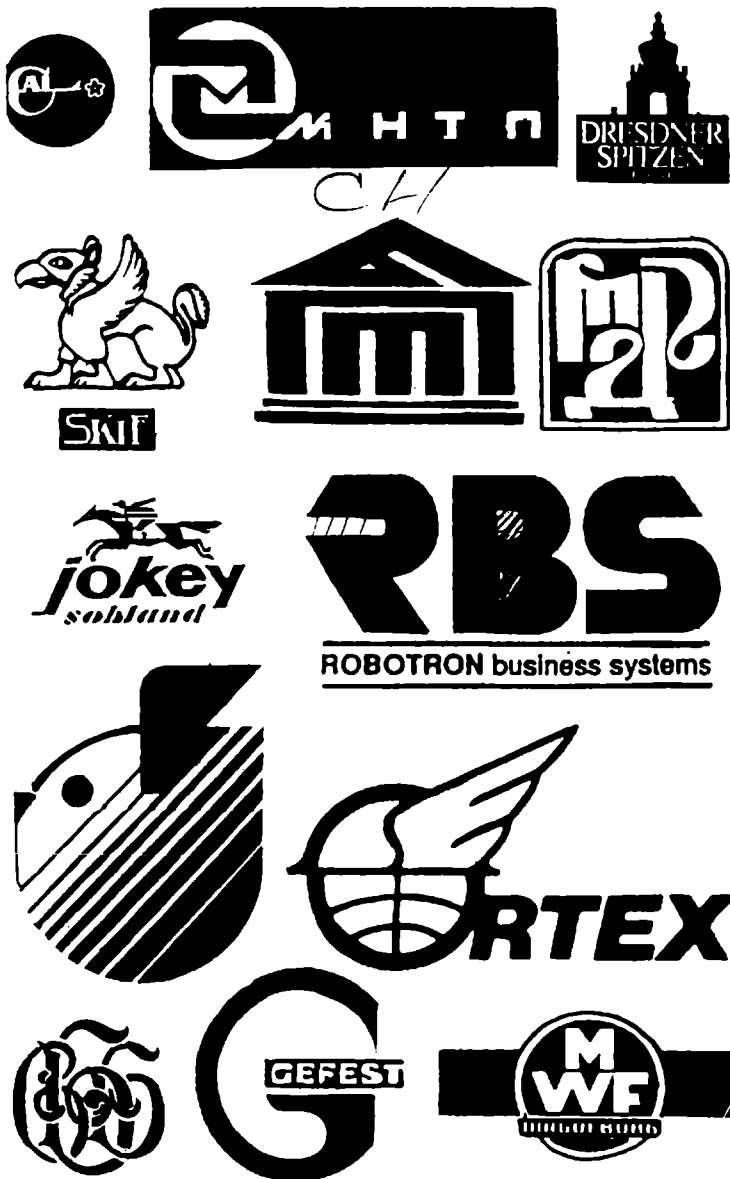
Ж и ҳ о з л а ш. Бу товарнинг истеъмолчи учун чиройли ва қулай булиши учун қилинган бошқа белгиларни билдиради. Куп ҳолларда жиҳозлаш товарнинг танланишига катта таъсир курсатади.

Қ а д о қ л а ш. Маркетингнинг энг кучли «қуролларидан» бири қадоқлашдир. Яхши қадоқланган товар харидорнинг эътиборини узига жалб қилади ва қушимча қулайлик яратади. Мисол учун мева шарбати тайёрловчи фирма мева шарбатини кичик ҳажмли, ихчам энгил идишларда чиқаришни йулга қуяди. Қандолат ишлаб чиқарадиган корхона уз маҳсулотларини чиройли, безатилган, турли нақшлар туширилган қогозларга ураб чиқаради, хаттоки бунинг учун зарқогозлардан ҳам фойдаланади. Масалан, Буюк Британиянинг «Нестле» фирмаси маҳсулотларига эътибор берайлик.

Т о в а р б е л г и л а р и (маркалари) замонавий бизнесда кенг тарқалган. Агар товар истеъмолчилар орасида катта ютуққа эга булган булса, у ҳолда бу товарга марка белгисини қуйиш, бу товарни бошқа товарлардан ажратиб туради ва эришилган муваффақиятларни мустаҳкамлаш имконини беради. 8.6-расмда айрим товар маркаларининг намунаси берилган.

Қ у ш и м ч а х и з м а т. Айрим товарлар учун амалга ошириладиган қушимча хизмат катта аҳамиятга эга. Масалан, улкан мебель комплектларини ишлаб чиқарувчи фирма узи ишлаб чиқарган мебелларни йиғиш, урнатиш хизматини бажаради. Телевизор ишлаб чиқарувчи фирма узи ишлаб чиқарган телевизорлари учун бир ёки икки йил давомида кафолатли хизмат курсатиш масъулиятини уз зиммасига олади, бу ҳам қушимча хизмат турига киради.

Я н г и т о в а р л а р. Ҳар қандай янги товар аввало бирор фикр шаклида пайдо булади ва бу фикр асосида товарнинг лойиҳа нусхаси тайёрланади. Лекин ҳар доим ҳам энг яхши лойиҳа асосида тайёрланган товар бозорда уз урнини топавермайди. Агар ишбилармон (ёки фирма) узининг янги товари бозорда муваффақият қозонишини истаса, аввало янги товар лойиҳасини мукамал текшириб, юқорида баён қилинган усуллар билан бозорни урганади. Кейин у озгина



8.6-расм. Баъзи фирмаларнинг товар белгилари.

ҳажмда шу товарни ишлаб чиқаради ва бозорда тажриба тариқасида сотувни амалга оширади ва текширув олиб боради. Агар текширувлар товарнинг бозорда яхши кетишини кўрсатса, у ҳолда бу товарни катта ҳажмда ишлаб чиқаришни йўлга қўяди.

- ? 1) Товарга ишлов беришнинг қандай турларини биласиз?
2) Товарнинг истеъмол хоссаглари нимани билдиради?
3) Фирманинг товар белгилари, қадоқлашнинг қандай аҳамиятга эга?

8.8. НАРХНИНГ ҚУЙИ ВА ЮҚОРИ ЧЕГАРАСИ

Энди маркестинг ҳаракатининг энг асосий босқичига эътиборни қаратамиз. Шу вақтгача қурилган ҳаракатларни тайёрланиш дейиш мумкин. Фирма уз товарлари билан бозорга чиқди, унинг олдида сотиш муаммоси пайдо бўлади.

Бу муаммони ҳал қилиш фирма олдинги босқичда олиб борган ҳаракатларига боғлиқ бўлади. Бозорни урганиш, товарга ишлов бериш қанча яхши амалга оширилган бўлса, муаммони ҳал қилиш шунча осон бўлади. Энди савдони амалга ошириш учун товар нархини белгилаш керак.

Товар нархи — харидорнинг қайси товарни танлашини аниқлаб берувчи омил ҳисобланади. Фирма уз товарига нарх қуйишда нимага асосланади? Ахир фирма уз товарларини сотиш учун эмас, ~~ундан кўпроқ~~ фойда олиб сотиш учун ишлаб чиқаради. Шу ҳолдагина бизнес маънога эга бўлади.

Агар фирманинг рақобатчилари жуда кўп бўлса ва у уз товарларини сотишда қийинчиликка учраса, харидор эътиборини қозониш учун нархларни тушира бошлайди. Лекин бу пасайиш товар бирор-бир фойда келтиргунча давом этади, дсмак нарх, фирманинг бозорда зарар кўрмаслик шарти асосида қуйилади.

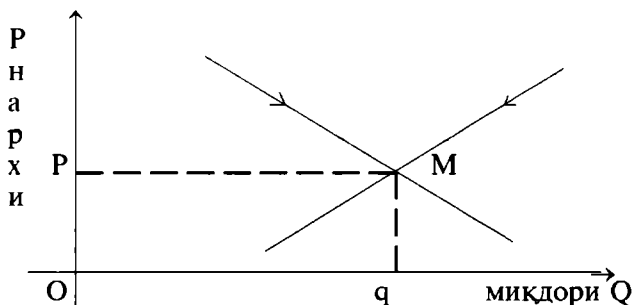
Иккинчи томондан фирма иложи борица кўп фойда олишга интилади. Шунинг учун мумкин булганча нархларни кутариб боришга ҳаракат қилади.

Учинчидан, фирма бозорни мустаҳкам эгаллаб олиш учун нархларни тушириб туриши мумкин.

Шундай қилиб, товарга нархини белгилашда асо-

сан учта мулоҳазага таянган ҳолда иш қуриш керак, яъни харидор эътиборини қозониш учун нархларни пасайтириш, купроқ фойда олиш учун нархларни кутариб бориш, бозорни мустаҳкам эгаллаш учун нархларни тушириб туриш лозим. Буларнинг барчаси 5-бобда (5.2-расмга қаранг) қуриб утганимиздек, фирмани бошқаришнинг умумий мақсадлари омон қолиш, фойда ва истиқболга мос келади.

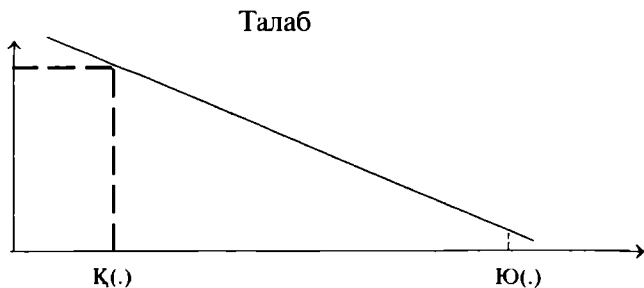
Энди талаб, таклиф ва нархлар орасидаги боғланишни эслайлик. Талаб ва таклиф орасидаги боғланишни қуйидагича (ёдингизда бўлса, сиз бунга ухшаш графикни олдин (2.3-расм) учратгансиз, биз бу ерда нархнинг тушишини йуналишлар билан курсатиб қўйдик) графикда тасвирлаш мумкин (8.7-расм).



8.7-расм. Талаб ва таклиф орасидаги боғланиш графиги.

Бунда талаб ва таклиф чизиқлари тасвирланган, уларнинг кесишиш нуқтаси улар орасидаги мувозанат ҳолатни билдиради. Мувозанат ҳолатга етгандан кейин, доим товар нархи бир хил бўлиб кетавермайди, чунки бозор шундай сезгир «организмки», у доимо ҳаракатда бўлади, мувозанат ҳолат эса — бу идеал ҳолатдир, бозор бу ҳолатда кўп туриб қолмайди. Талаб ва таклиф бозорни ҳаракатлантирувчи кучлар бўлиб, улардан бири истаган вақтда узғариб кетиши мумкин.

Демак, харид қилиниши мумкин булган товар нархи бир нуқтада эмас, интервалда узғариб туради (8.8-расм).



8.8-расм. Нархнинг қуйи ва юқори чегараси.

Нархнинг қуйи ва юқори чегараларининг конкрет сонли қийматини нима аниқлайди. Юқори чегара товарга булган талаб билан аниқланади. Товар нархи юқори чегарадан унг томонда булса, товар харидорлар ичида талабга эга булмай қолади.

Нархнинг қуйи чегараси товар таннархини ҳисобга олган ҳолда аниқланади, яъни шу товарни яратиш учун кетган сарф-харажатларни ҳисобга олган ҳолда белгиланади.

Нархнинг муайян сонли миқдори қандай аниқланади? Фараз қилайлик, фирма узининг товарини H — нархда сотмоқчи булсин. У ҳолда ҳисоб-китобнинг энг содда усулини биз сиз билган олдинги бобларда танишган формула орқали олиб боришимиз мумкин

$$H = T + \Phi,$$

бунда: H — товар нархи; T — товар таннархи, сарф қилинган харажат; Φ — фирма олишни мулжаллаган фойда.

Бунда бозорнинг 2 хил муносабати кутилади:

1) Φ — катталиги O билан $Ю - Қ$ айирма ораллиги-га тушади. Бунда товар бозорда яхши кетади, у ҳолда фирма нархни юқори чегарага тенг булгунча катталаштириши мумкин.

2) Φ — катталик $Ю - Қ$ айирмадан ошиб кетди. Бунда фирма нархни камайитиришга мажбур булади.

- ? 1) Товар нархи қандай белгиланади?
 2) Товар нархининг қуйи чегараси қандай аниқланади?
 3) Юқори чегарасичи?

8.9. ТАҚСИМЛАШ КАНАЛЛАРИ

Биз сизлар билан юқорида товар ишлаб чиқарувчининг нархларни ҳисоблашда қўллайдиган схемасини куриб утдик. Лекин товар ҳар доим ҳам ишлаб чиқарувчи қулидан туғридан-туғри истеъмолчи қулига етиб боравсермайди.

Бозорда товарлар ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига етиб боргунча «тақсимлаш каналлари» деб аталувчи йўлни босиб ўтади (8.9-расм).

Ишлаб чиқарувчи фирмалар уртада турувчилар орқали ҳаракат қилади, у ўз товарларини улгуржи олувчи фирмаларга сотади, иккинчиси эса чакана савдо билан шугўлланадиган фирмаларга сотади. Товарнинг тақсимлаш канали орқали ҳаракатидаги ҳар бир иштирокчи товарни узидан кейинги шсригига сотишдан олдин биринчи товар нархини қайта ишлаб чиқиб, унга яна узи олмоқчи бўлган фойда миқдорини қўшиб, кейин сотади. Масалан, ишлаб чиқарувчи фирма А товарни ишлаб чиқарди. Битта товарни ишлаб чиқаришга кетган харажат 100 сўм дейлик, бу миқдорни Т деб белгилаб оламиз. Улгуржи олувчи фирма А товарни ишлаб чиқарувчидан $H = 110$ сўмдан харид қилади. У чакана савдо қилувчи фирмадан буюртма олган. Улгуржи олувчи фирма сотиб олган товарларини омборларида сақлайди, қайта жиҳозлайди. Фараз қилайлик, бу нарсалар учун ҳар бир товарга у 15 сўмдан харажат қилган бўлсин. У ҳолда бу товар улгуржи савдо қилувчи фирмага $T_1 = H + 15$ сўмдан тушган бўлади:

$$T_1 = H + 15 = 110 + 15 = 125 \text{ сўм.}$$

Улгуржи олувчи фирма ҳам ўз фойдасини чиқариб олиш учун товар нархига 15 сўмдан қўшади ва

$$H_1 = T_1 + \Phi_1 = 125 + 15 = 140 \text{ сўмга}$$

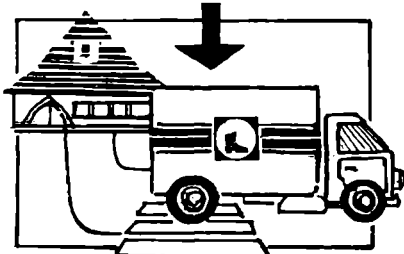
чакана савдо фирмасига сотади. Чакана савдо фирмаси товарни ўз дўконлари орқали сотади ва бунга 20 сўм сарф этсин. Демак, чакана савдо фирмасига бу товар $T_2 = H_1 + 20$ сўмдан тушган бўлади:

$$T_2 = H_1 + 20 = 140 + 20 = 160 \text{ сўм}$$

Ишлаб
чиқарувчи
фирма



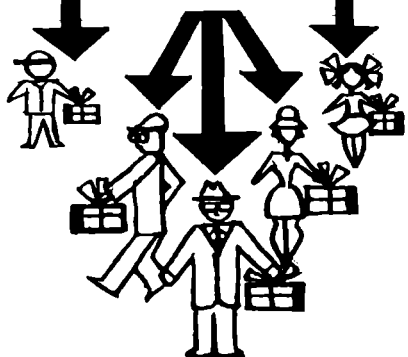
Улгуржи
савдо
фирмаси



Чакана
савдо
фирмаси



Харидор



8.9-расм. «Тақсимотнинг қанчаллари» тарҳи.

Лекин чакана савдо фирмаси ҳам уз фойдасини олиш учун товар нархига қушимча 20 сўм қўшади. Натижада товар нархи

$$H_2 = T_2 + \Phi_2 = 160 + 20 = 180 \text{ сўм}$$

булиб қолади.

Нима учун бизнесда воситачилик шундай кенг қўлланилади? Ишлаб чиқарувчи фирманинг ўзи савдо-сотиқни охиригача ташкил қилса булмайдими? Ахир у бунда купроқ фойда топиши мумкин-ку.

Айрим товарлар ва хизматлар ҳақиқатан ҳам истеъмолчига бевосита етиб келади. Лекин шуни эътиборга олиш керакки, ишлаб чиқарувчи ва уртадаги воситачи бирлашмаси бизнесда иқтисодий мақсадга мувофиқлик билан аниқланади. Бу шуни билдирадики, куп ҳолларда ишлаб чиқарувчи фирма учун узининг товарини арзонроқ нархда воситачига сотиши фойдалироқ булади, чунки қимматроқ нархда истеъмолчига сотишдан қолган фойда, фирманинг қушимча харажатларини қоплай олмай қолади. Шундай қилиб, тақсимлаш каналлари буйича товарнинг ҳаракатида, ҳар бир ҳаракатда қатнашувчининг олган фойдалари Φ дан фарқ қилиши мумкин.

Юқорида айтилганидек, товарнинг нархи ҳар бир этапда $К(.)$ ва $Ю(.)$ орасида узгайиб туради. Лекин бунда $К(.)$ ва $Ю(.)$ ҳар бир қатнашувчи учун алоҳида, бир-биридан фарқли булиб, улар орасидаги фарқ баъзан унча катта булмаса, бошқа ҳолларда бу оралиқ 10000 ёки 1000000 сўмлардан иборат булиши мумкин.

Сотиш муаммосини ечишда товарга нарх белгилаш ҳақида шуни таъкидлаш лозимки, нархнинг жоиз чегаралари ичида қуйи чегара $К(.)$ қатъий аниқланади, чунки у товарни ишлаб чиқариш харажатлари билан узвий боғлиқ булади. $Ю(.)$ нинг қанчалик унгрoқ жойлашуви маркетинг фаолиятига боғлиқ булади.

- ?) 1) Тақсимлаш каналлари деганда нимани тушунасиш?
- 2) Товар нархи ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига боргунча қандай йўлни босиб утади?
- 3) Товар нархининг қайси бир чегараси қатъий?

8.10. АРЗОНЛАШТИРИЛГАН НАРХ, МИЖОЗЛАРНИ МУКОФОТЛАШ ВА РЕКЛАМА

Агар харидор катта ҳажмда нарса сотиб олмоқчи бўлса, унга нархни бир оз пасайтириб, яъни арзонлаштириб беришади. Арзонлаштирилган нархларда сотувни ташкил қилиш мавсумий товарларнинг савдо-сотиғида мунтазам утказилиб туради. Дуконлар ҳам вақти-вақти билан арзонлаштирилган нархларда савдо-сотиқни ташкил қилиб туришади.

Д о и м и й м и ж о з л а р н и м у к о ф о т л а ш. Бир қанча вақт давомида фирмага уз «вафодорлигини» исботлаган мижозлар фирма товарларини арзонлаштирилган нархда, ҳаттоки бепул олишлари ҳам мумкин.

Масалан, «Ал-Машриқ» фирмаси 100 доллар ва ундан куп булган пулга товар сотиб олган харидорларга бештагача видеокассетани бепул беришни ташкил қилган.

Фирмалар истеъмолчиларга товарларни фақатгина имтиёзли нархда берибгина қолмай, турли конкурс ва лотерейалар уюштириши ҳам мумкин. Бу билан харидорларни ўзига жалб қилади. Масалан, Буюк Британиянинг «Б.А.Т» компанияси Тошкентда ишлаб чиқарилган «Хон» сигареталари қутилари ичига 150 дона «бронза», 50 дона «кумуш», 1 дона «олтин» сигареталарини яшириб қўйган ва харидорлардан қайси бирига «бронза» сигаретаси чиқса аудиоплейер, «кумуш» сигарета чиқса телевизор ва «олтин» сигарета чиқса автомобиль соврини топширилади.

Фирмалар фақатгина истеъмолчиларга нисбатан эмас, сотувчилик билан шуғулланувчи ишчиларга нисбатан ҳам шароит яратишган. Уларнинг савдо-сотиқдаги актив фаолияти учун пуллик ва бошқа турдаги мукофот беришади. Бу кўпинча сотилган товар суммасидан маълум бир фоизи миқдоридан белгиланади.

Р е к л а м а. Замонавий бизнесда р е к л а м а маркетингнинг энг кучли қуролларидан биридир. Рекламадан антиқа товарларни ва кенг истеъмол қилинувчи товарларни ишлаб чиқарувчи фирмалар фойдаланишади. Шунингдек, реклама киноартистлар, ёзувчилар,

шифокорлар ва шу кабилар учун, ҳаттоки реклама агентликлари учун ҳам керакдир.

Реклама агентлиги шундай фирмаки, у бошқа фирмаларнинг буюртмаси бўйича фаолият курсатади. Катта фирмалар уларининг реклама булимига эга булади. Кичикроқ фирмаларда реклама билан фақат сотувчигина шугулланади. Лекин улар ҳам кўпроқ реклама агентликларига мурожаат қилишади чунки реклама агентлари одатда, кўпроқ тажрибага эга буладилар.

Р е к л а м а — бу истеъмолчиларга бўлган мурожаатдир. Рекламанинг мақсади истеъмолчилар эътиборини фирма товарларига ва хизматига қаратишдан иборат. Рекламанинг хусусияти шундаки, у маълум бир кишига эмас, истеъмолчилар гуруҳига йуналтирилгандир. Бу гуруҳ мамлакатнинг барча аҳолиси бўлиши ҳам мумкин.

Реклама куп маблаг талаб қилади. Бу маблаг бекор кетмаслиги учун фирма маркетинг фаолиятини яхши уйлаб қадам қўйиши керак.

Нималарни реклама қилиш мумкин? Улар қуйидагилардан иборат:

1) Муайян товарларни. Бунда реклама харидорга товарнинг хоссалари, нархи ҳақида маълумот беради.

2) Фирмаларни. Реклама истеъмолчида фирма ҳақида таассурот яратади. Масалан, фирманинг иш фаолияти.

3) Воқеаларни. Мисол учун кучмас мулк биржаси утказаетган аукцион ҳақида, турли хил савдо-курғазмалари ҳақида ва ҳ.к.

4) Фикрларни. Реклама одамларни бирор нарсадан муҳофаза қилишга чақиради ёки бир фирма акцияларини сотиб олишга чақиради. Масалан, маблағларни турли хил жамғармаларда сақлаш ҳақидаги рекламалар.

- ?
- 1) Товарни арзонлаштирилган нархда сотишнинг сабаби нимада?
 - 2) Доимий мижозларни мукофотлаш қай тариқа амалга оширилади?
 - 3) Реклама нима ва нималар реклама қилинади?

8.11. РЕКЛАМАНИ УЮШТИРИШ

Қандай реклама қилиш керак? Реклама воситалари жуда кўп ва хилма-хилдир, булар газета ва журналлардаги, радио ва телевиденидаги эълонлар, рекламали устунлар, плакатлар, сувенирлар, календарлар, каталоглар ва маълумотномалар. Реклама воситаларини танлашда реклама кимларга мулжалланганлигини эътиборга олиш лозим. Ёшларга қаратилган рекламалар телевидение орқали берилганда самарали бўлса, кекса ёшдаги одамларга мулжалланган рекламаларни газеталарда эълон қилиш фойдалидир. Баъзи товарларни, масалан кийим-кечакларни журнал ва каталогларда реклама қилиш фойдали бўлса, бошқа баъзиларини, масалан, янги қушиқлар ёзилган компакт диск ёки кассеталарни радио ва телевидение орқали реклама қилиш мақсадга мувофиқдир.

Реклама қандай вазифани бажаради? Реклама истеъмолчиларни янги пайдо бўлган товарга жалб қилиш, нархларнинг узгариши билан таништириш, фирманинг қўшимча хизматлари ҳақида маълумот бериш каби вазифаларни бажаради.

Рекламага қанча маблағ сарфлаш керак? Бу савол маркетингнинг энг қийин масалаларидан биттасидир. Гап шундаки, рекламанинг самардорлиги билан унга кетган харажат орасидаги боғлиқлиқни аниқлаш жуда қийин бўлади. Рекламага сарфланган маблағни ошириш билан талабнинг қанчалик катталашини тушуниш жуда қийин. Бундай текширувни ташкил қилишнинг узи ҳам анча қийин ва қўшимча маблағ талаб қилади.

Ҳар хил фирмалар рекламага кетадиган харажатни ҳар хил аниқлайди. Бир хил фирмалар рекламага қанча имконияти етса, шунча сарфлайди. Бошқа фирма реклама учун олдин тушган фойданинг маълум фоизи миқдорида маблағ ажратади. Яна бир бошқа фирма эса бу маблағни конкурент фирма маблағига нисбатан белгилайди.

Рекламага кетадиган маблағ қиймати реклама воситасига ҳам боғлиқ бўлади. Фирма уз мақсадига эришиш учун ҳамда харажатлар қупайиб кетмаслиги учун

уз рекламаси қандай оралиқда чиқиб туришини ҳам белгилаб қўйиши керак.

Реклама қандай булиши керак? Фирма реклама қилувчига кенг шароит яратиб беради. Реклама «куроллари» — бу рекламанинг улчами, ранги, шакли, мазмуни ва услубидир. Айниқса реклама услуги унинг хилма-хиллигини вужудга келтиради. Реклама юмористик (ҳажвий) услубда булиши ҳам мумкин. Масалан, машҳур комик фильмлар персонажлари иштироки билан уюштирилган рекламалар.

Рекламани хоҳлаган тарзда қилиш мумкин деб уйлаш нотўғридир. Реклама бизнесида ҳам узининг сир-асрори ва қонун-қоидалари мавжуддир. Яхши реклама истъомолчининг ҳаракатини тушунган ҳолда яратилади. Реклама шундай қилиниши керакки, бунда истъомолчида қизиқиш уйғонсин ва натижада у бирор янги нарсани билиб олганлигини ҳис қилсин.

Реклама ростгуй булиши керак. Истъомолчига ҳеч қачон сифатсиз товарни реклама қилмаслик керак. Акс ҳолда фирма ишончни йўқотади.

Реклама бошқа фирмаларга нисбатан адолатли булиши керак. Бошқа фирма маҳсулотини ёмонлаб уз товарини мақташи асло мумкин эмас.

Товарни реклама қилишда унинг матнини яхши туза билиш жуда катта аҳамиятга эга. Биз бу мавзунинг реклама матнини тузиш бўйича энг кекса мутахассислардан бири Уолтер Уэйрнинг қуйидаги сўзлари билан яқунламоқчимиз: «Мен реклама соҳасида ишимнинг дастлабки 5 йилида танлаган касбимнинг ажойиблиги билан фахрландим. Ажойиблиги шундаки, реклама сен ҳеч қачон учрашмайдиган кишиларга таъсир кўрсатиш усуллари ва воситалари билан иш кўради, бу кишиларнинг узлари ҳеч қачон уйламаган ҳаракатларни қилишга мажбур этади. Кейинги 15 йилни мен бундай нотўғри тасаввурдан қутулишга интилиш билан утқаздим. Кишиларни хабардор қилиш санъатини бу қадар яхши эгаллаганим билан менга пул тулаганлари учун миллионлаб кишилар билан қилган мулоқотларимда улардаги фаросат ва доноликнинг ярмига ҳам эга бўлмадим. Мен хариднинг юз бериш сабаблари ҳақидаги тасаввурларимнинг нотўғрилигига ишонч ҳосил қилдим ва

унинг асл сабабларини билдим. Ҳақиқатан ҳам одамлар менга уз таъсирларини утказишди. Мен шуни аниқ тушундимки, реклама қўшадиган буюк ҳисса, одатда унга бериладиган баҳоларга тамоман зид. Хулоса шуки, рекламада узи хоҳлаган нарсани кишиларга эмас, балки кишилар хоҳлаган нарсани рекламага юкламоқ лозим.

- ?
- 1) Сиз рекламанинг қандай турларини биласиз? Мисоллар келтиринг.
 - 2) Реклама қандай вазифаларни бажаради?
 - 3) Рекламага қанча маблаг ажратилади?

Х у л о с а

Замонавий бизнесда ҳар бир киши: фирма директори, менежерлар, молиячилар, инженерлар ва истеъмолчилар ҳаммалари маркетинг ҳақида маълумотга эга булишлари шарт. Маркетингни билиш дегани бу бозорни, унинг функцияларини, бозорда кимлар ва қандай ҳаракат қилишини билишдир. Ихтиёрий мамлакатнинг иқтисодиётида яна бир куч фаолият курсади. Бу куч замонавий бизнесга сезиларли даражада таъсир курсатувчи давлатдир. Бу ҳақда кейинги бўлимда гап юритилади.

М а ъ р у з а в а р е ф е р а т л а р

1. Узингизни фирманинг маркетинг бўлими менежериман деб фараз қилинг. Сизни фирмангиз қуйидаги товарни ишлаб чиқаради ёки хизматни амалга оширади (бирор-бир товар ёки хизмат турини танлаб олинг):

- а) сартарошлик;
- б) спорт анжомлари;
- в) уй-жойларни таъмирлаш;
- г) салқин ичимликлар.

Уз бўлимингиз ишини қандай ташкил этасиз?

Аниқ масалалар:

- а) бўлим ходимлари сони, ташкилий тизилмаси;
- б) бўлимнинг вазифаси ва иш мазмуни;
- в) муайян маркетинг ташкилотларини ишлаб чиқинг:

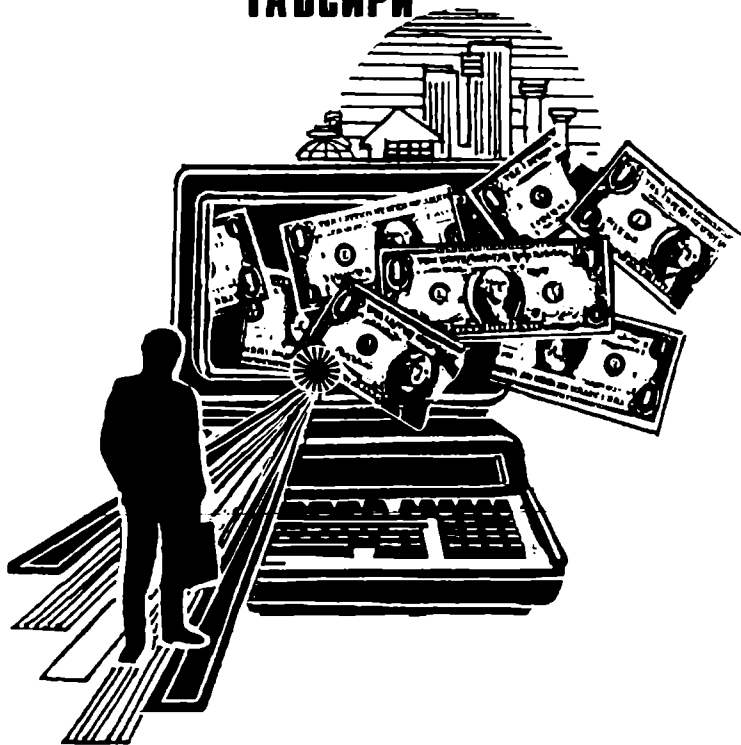
- бозорни урганиш буйича;
- нарх қуйиш буйича;
- реклама буйича;
- савдо-сотиқ буйича ва бошқалар.

2. «Нархнинг қуйи ва юқори чегаралари» мавзусида реферат тайёрланг ва маъруза қилинг.

С и з ш у б о б д а т а н и ш г а н
я н г и т у ш у н ч а л а р:

маркетинг
потенциал харидор
талабни аниқлаш
талабни янгилаш
талабни қондириш
анкета
интервью
жиҳозлаш
қадоклаш
товар белгиси (марка)
реклама

**9-БОБ
ИҚТИСОДИётГА
ДАВЛАТНИНГ
ТАЪСИРИ**



ИҚТИСОДИЁТГА ДАВЛАТНИНГ ТАЪСИРИ

1. Иқтисодиётга давлат томонидан таъсир курсатишнинг тарихий негизлари.
2. Давлатнинг иқтисодиётни тартибга солиш бўйича чора-тадбирлари.
3. Давлатнинг даромадлари ва харажатлари.
4. Давлат банки ва тижорат банкларининг давлат пул-кредит сиёсатидаги урни.
5. Банкларнинг маблаглари. Кредит экспансияси.
6. Солиқларнинг турлари, уларнинг тупланиши ва сарфланиши.
7. Монополия ва олигополия. Антимонопол қонунчилиқ.
8. Тадбиркорликка кўмаклашиш.
9. Тулов баланси. Валюта курси.
10. Экспорт ва импорт пошлиналари ва квоталари.

9.1. ИҚТИСОДИЁТГА ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ТАЪСИР КУРСАТИШНИНГ ТАРИХИЙ НЕГИЗЛАРИ

Келинг, бир фикр юритиб кўрайлик. Замонавий жамиятда давлат қандай вазифаларни бажараяпти (ёки бажариши зарур). Биз булардан бир қанчасини санаб утишимиз мумкин: мамлакат хавфсизлигини таъминлаш, қонун ва интизомни назорат қилиш ва кузатиб туриш, жамиятнинг ҳар бир аъзосининг ҳуқуқи ва эркинлигини ҳимоя қилиш ва қафолатлаш. Хусусий мулкдорлик ҳуқуқи ва тадбиркорлик фаолияти ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ҳам шулар жумласидандир.

Бозор иқтисодиётига асосланган давлатларда иқтисодиётнинг давлат томонидан тартибга солиб турилишининг сабабларини билиш учун тарихга мурожаат этамиз.

XIX асрнинг охирида эркин рақобат улкан корпорацияларнинг вужудга келишига олиб келди. Йирик

фирмалар майда кучсиз фирмаларни иқтисодий курашда ютиб чиқар ва «ютиб» юборар, ҳамда тобора катталашаверар эди. Бир қанча муҳим иқтисодий соҳаларда вазият кескинлаша бошлади, уларда бир нечта улкан фирмалар бутун соҳани назорат қилиши туфайли монополиялар вужудга кела бошлади. Монополиялар бошқа фирмаларнинг ривожланишига тўсқинлик қилишар ва бозорда юқори монополь нархларини қуяр эдилар.

Шундай қилиб, монополиялар эркин ишбилармонлик ғоясига ва иқтисодиётда бозор муносабатларига зид кела бошлади.

Одамларнинг — тадбиркор ва истеъмолчиларнинг иқтисодий қизиқишларини ҳимоя қилиш талаби вужудга келди.

Фақатгина монополиялар эмас, балки аҳолининг эркин рақобат натижасида юзага келган бой ва қашшоқлик даражасининг усиб кетиши ҳам иқтисодиётнинг давлат томонидан назорат қилинишини тақозо қилади.

Ҳар хил мамлакатларда давлатнинг иқтисодиётга таъсир курсатиб туриши турлича булган. Масалан, АҚШ ва Ғарбий Овропо давлатларида утган асрнинг охиригача давлат иқтисодиёт жараёнларига таъсир утказмаган, яъни иқтисодиёт эркин рақобатга асосланган булган. Ксйинчалик юқорида курсатилган сабаблар туфайли давлат иқтисодиётга ҳар хил усуллар билан таъсир курсата бошлади. Бундай фаолият иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солиб туриш номини олди.

- ? 1) Жамиятда давлат қандай вазифаларни бажаради?
2) Юқори монополь нархлар деганда нимани тушунасиз?
3) Иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солиб туриш деганда нимани тушунасиз?

9. 2. ДАВЛАТНИНГ ИҚТИСОДИЁТНИ ТАРТИБГА СОЛИШ БҮЙИЧА ЧОРА-ТАДБИРЛАРИ

Биз утган бобларда планли иқтисодиёт ҳақида, унда давлатнинг ишлаб чиқаришда, тақсимлашда ва ҳаттоки маълум даражада мамлакатда ишлаб чиқарилган

товар ва хизматларнинг истеъмолида ҳам муҳим роль уйнашини сритган эдик.

Энди бу бобда иқтисодий тартиблаш деганда давлатнинг уз чора-тадбирлари, узининг иқтисодий сиёсати орқали такрор ишлаб чиқаришга таъсир этиши қараб чиқилади. Бу таъсир асосан тадбиркорларнинг фаолиятини рағбатлантириш орқали ишлаб чиқаришнинг жадал ривожланиши учун йул очиб бериш, иқтисодий усишга эришиш ва халқ фаровонлигини оширишга қаратилади.

Иқтисодий тартиблаш — қонун чиқариш, солиқ солиш, кредитлар ва субсидиялар орқали амалга оширилади.

Давлат мулкчиликка, тадбиркорликка, тижорат ишларига, молия-кредит фаолияти ва бошқаларга оид қонунларни ишлаб чиқади ва жорий этади. Бозор муносабатларининг ривожланиши қонун йули билан кафолатланади, турли мулк шаклларининг дахлсизлиги таъминланади, монополияларга йул берилмайди, эркин рақобатга шароит яратилади.

Иқтисодий тартибга солиб туриш буйича бозор иқтисодиёти назарияси олимларини биз шартли равишда уч оқимга — кейнсчилар, монетаристлар ва социал-леберал назария тарафдорларига ажратишимиз мумкин.

Кейнсчилар таълимоти бозор иқтисодиёти назариясида алоҳида урин тутади.

Улар таълимотига қура, иқтисодийнинг нормал ривожланиб туриши учун унинг бозор механизми орқали тартибланиб туриши кифоя қилмайди. Шу сабабли давлат иқтисодиётга аралашиши зарур, чунки у талабга таъсир этиши билан унинг даражасини ошириши мумкин дейилади. Талаб даражасининг ошиши деб, кейнсчилар давлатнинг чора-тадбирлари туфайли талабнинг кенгайишини назарда тутадилар.

Монетаризм ҳам иқтисодий назарияда кенг тарқалган оқим булиб, унинг кузга қуринган намоёндаси М. Фридмен ҳисобланади. Монетаризм кейнсчилар таълимотига муқобил таълимот сифатида юзага келган ва соф бозор иқтисодиёти назарияси ҳисобланади. Унинг асосий гоёси — иқтисодий усишни бозор меха-

низми таъминлайди, бу механизмнинг асосий воситаси пул деган хулосадан иборат.

Уларнинг фикрича, давлатнинг иқтисодиётга аралashi инфляциянинг кучайиб кетишига сабаб булади, шу боисдан унинг иқтисодий фаолияти пул муомаласини тартибга солиш билан чекланиши керак.

Ҳар иккала назарий оқим иқтисодиётни тартиблаш заруриятидан келиб чиқади. Аммо кейнсчилар асосий эътиборни давлатнинг иқтисодиётни тартиблаш кучига қаратган булсалар, монетаристлар эса иқтисодиётнинг уз-узини тартибловчи кучи булмиш бозор воситалари бор, давлат эса уларга йул бериб, иқтисодиётга кам аралashiши маъқул дейдилар.

Ижтимоий бозор хужалиги ёки социал-либерал иқтисодиёти назарияси иқтисодий тараққиётнинг учинчи йулини асослайди. Ижтимоий бозор хужалиги концепцияси бозор қонунларига устиворлик бергани ҳолда давлатнинг иқтисодиётни тартиблашдан иборат ишига қуйидагича талқин беради: давлатнинг иқтисодий жараёнларга бевосита аралashiши рад этилади, аммо давлатнинг қонунчилик фаолияти орқали бозор муносабатларига йул очиб бериши зарурлиги тан олинади.

- ? 1) Иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солиб туриш деганда сиз нимани тушунасиз?
- 2) Иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солиб туришдан мақсад нима?
- 3) Давлатнинг иқтисодиётга таъсир курсатишининг қандай шакллари ва усуллари мавжуд?

9. 3. ДАВЛАТНИНГ ДАРОМАДЛАРИ ВА ХАРАЖАТЛАРИ

Давлат бир қатор социал-иқтисодий ва сиёсий вазифаларни бажариши учун унинг ихтиёрида пул маблағлари булиши шарт ва ушбу зарурат давлат молияси тушунчасини вужудга келтиради.

Давлат молияси — ялпи ижтимоий маҳсулотни (муайян вақт ичида жамият томонидан яратилган неъматларни) тақсимлаш жараёнида ажратиладиган ва давлат томонидан уз вазифаларини амалга ошириш учун фойдаланиладиган пул маблағларининг мажмуасидир.

Давлат молияси таркибига давлат бюджети, бюджетдан ташқари уюштирилган пул фондлари, давлат кредити ва давлат корхоналари молияси киради.

Давлат молияси даромадлар ва харажатларнинг яхлитлигидан иборат. Давлат даромадлари — бу миллий даромадни ва бойликни тақсимлаш жараёнида унинг давлатга теккан қисмидир. Давлат даромадлари ички ва ташқи манбалардан тушади. Асосий манбалар, бу ички манбалар ҳисобланиб улар қуйидагилардан ҳосил бўлади: солиқлар, заёмлар ва эмиссия.

Давлат харажатлари — давлат фаолияти билан боғлиқ эҳтиёжларни қондириш учун сарфланадиган молия ресурсларидир.

Бундай харажатлар таркибига давлатнинг инвестиция учун ажратилган, ижтимоий вазифаларни бажаришга қаратилган, давлатни бошқариш, мудофаа учун кетадиган ва бошқа харажатлари киради.

Молия муносабатлари пул маблағлари билан боғлиқ муносабатлар ҳисобланади.

Иқтисодиётда ҳар бир давлатда пул икки шаклда мавжуд бўлади:

нақд пуллар (металл ва қоғоз);

нақд бўлмаган пуллар. Бу одамларнинг банклардаги жамғармалари, фирмаларнинг ҳисоб рақамларидаги пуллари, тулов қоғозлари ва ҳ. к. Нақд ва нақд бўлмаган пуллар биргаликда иқтисодиётда пул массасини ташкил этади. Пул ўз шаклини ўзгартириб туриши мумкин.

Мисол. Биз магазинда харид қилинган товарга нақд пул тулаймиз. Нақд пулни магазин банкка беради ва бу пул магазиннинг ҳисоб рақамига ёзилади, яъни нақд пул нақд бўлмаган пулга айланади. Ундан кейин магазин улгуржи савдо ташкилотига буюртма беради, яъни товарлар партиясига нақд пулсиз савдо қилади, пулни ўз ҳисоб рақамидан улгуржи савдо ташкилот ҳисоб рақамига утказди.

Иқтисодиётда пул қийматга эга — буни тушуниб олиш муҳим. Пулнинг қиймати, туғрироғи унинг қадрқиймати деганда шу пул бирлигига қанча товар ва хизматлар харид қилиш мумкинлиги тушунилади.

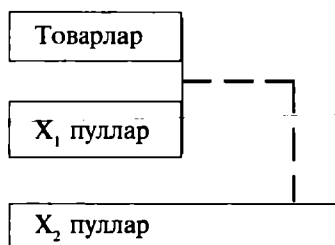
Пул қадр-қиймати товар ва хизматларнинг нарҳига,

нарх эса ишлаб чиқариш харажатларига ва бозордаги пул миқдорига боғлиқ. Пул қадр-қиймати нарх даражасига тескари пропорционалдир: нарх ошса, пулнинг қадр-қиймати пасаяди, нарх пасайса пулнинг қадри ошади. Пулнинг реал қиймати унинг конкрет вақтдаги харид қиймати билан аниқланади.

Айтайлик, 1990 йилда 1000 сум пулга 1 та телевизор ва музлатгич сотиб олиш мумкин булган булса, 1995 йилга келиб 1000 сумга телевизорнинг баъзи бир эҳтиёт қисмларинигина харид қилиш мумкин булиб қолди. Бу мувозанат бузилганлигини, яъни пул миқдорига таъсир этувчи омилларнинг издан чиққанлигини билдиради.

Демак, одамларнинг турмуш даражасини сақлаб туриш учун (яъни турмуш учун керакли товар ва хизматларни харид қилиш имконияти) купроқ пул талаб этилади. Давлат бу масалани муомалага купроқ пул чиқариш билан ечишга уриниши мумкин. Келинг, бу қандай оқибатларга олиб келишини куриб чиқамиз.

Айтайлик, биринчи йили муомаладаги пул массаси X_1 га тенг эди, иккинчи йили эса давлат эмиссияни оширди ва муомаладаги пул массаси X_2 га етди (9. 1-расм).



9. 1-расм. Муомаладаги товар ва пул массаси миқдори.

Айтайлик, яна иқтисодиётда ишлаб чиқарилаётган товарлар миқдори олдингича қолди. Демак муомалада булган ҳар бир сумга иккинчи йили камроқ товар мос келади, бу пулнинг қийматининг тушиб кетишига сабаб бўлади.

Кейин нима бўлади? Аҳоли ва фирманинг товарларни харид қилишга сарфлайдиган пуллари купайиб

кетеди, бундан товар ва хизматларга булган талаб ушиб кетади. Бозор иқтисодиёти қонунарига мос келган ҳолда товар ва хизматларнинг нархлари ҳам усади.

Аҳоли ва фирмаларнинг эҳтиёжларини қондириш учун янада кўпроқ пул массаси зарур бўлади, яъни пулнинг қадрсизланиши вужудга келади.

Иқтисодиётда нархларнинг доимий ошиб бориши ва пул бирлиги харид қувватининг камайишига — инфляция дейилади.

Иқтисодиётни нормал ишлаб туриши учун муомаладаги пул массаси товар ва хизматлар миқдорига мос келиши керак.

Давлат иқтисодий барқарорликни сақлаб туриш учун, пул массасини ва пул сарф қилинишини назорат қилиши керак. Бунинг учун давлат узининг пул — кредит (монетар) ва бюджет (фискал) сиёсатини юргизади.

Давлат молиявий сиёсатининг яна бир таркибий қисми, бу унинг ташқи иқтисодий сиёсати ҳисобланади (9. 2-расм).



9. 2-расм. Давлат молия сиёсати.

- ? 1) Иқтисодиётдаги пул массаси нима?
2) Пулнинг иқтисодиётдаги реал қиймати қандай аниқланади?
3) Инфляция легенда сиз нимани тушунаси?

9. 4. ДАВЛАТ БАНКИ ВА ТИЖОРАТ БАНКЛАРИНИНГ ДАВЛАТ ПУЛ-КРЕДИТ СИЁСАТИДАГИ УРНИ

Пул-кредит сиёсатининг умумий иқтисодий шароитга таъсири пул массасини назорат қилиш восита-сида амалга оширилади. Уни амалга ошириш барча мамлакатларда марказий банк зиммасига юклатилган.

Амалда барча давлатларда банк системаси 2 табақа-

ли принцип буйича (марказий банк, тижорат банклари) ташкил этилган (9. 3-расм).



9. 3-расм. Давлат банки ва тижорат банклари.

Давлат банки муомалага (эмиссияга ва тижорат кредит учун) маълум бир аниқланган миқдорда пул чиқаради.

Бозор иқтисодиёти шароитида пул массасининг асосий қисми тижорат банкларининг кредит экспансияси орқали муомалага чиқарилади ва бу пул кредит сиёсатининг асоси бўлиб ҳисобланади.

Давлат банки тижорат банкларига, уларнинг барчаси учун бир хил аниқланган фоизга эга бўлган кредит беради. Тижорат банклари ҳам ўзларининг миждозларига энг бўлмаганда давлат банки ставкасидан кам бўлмаган фоиз ставкаси миқдорида кредит берадилар (акс ҳолда тижорат банкларига ҳеч қандай даромад келмай қолади).

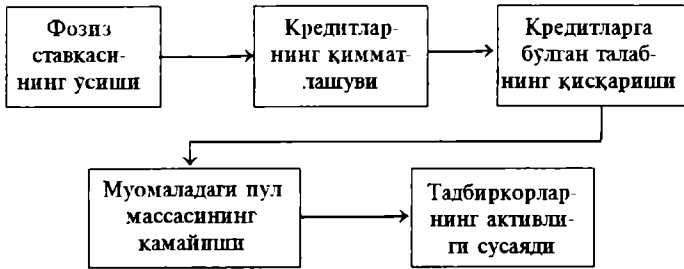
Агар давлат банки тижорат банкларига берган кредитларининг фоиз ставкасини оширса, тижорат банклари ҳам ўз навбатида фоиз ставкаларини оширишга мажбур бўлади. Аксинча, агар давлат банки фоиз ставкасини туширса, тижорат банклари ҳам фирмалар ва аҳолига берадиган кредитларнинг фоиз ставкасини камайтириш имкониятига эга бўладилар.

Хуш, давлат банки фоиз ставкасининг узгариши бизнесга қандай таъсир қилади?

Давлат кредит сиёсатининг икки хил вариантини куриб чиқамиз (8. 4. а) ва 8. 4. б) расмлар).

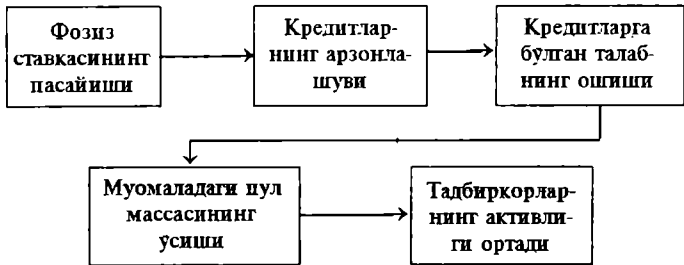
Биринчи ҳолда давлатнинг мақсади муомаладаги пул массасининг ўсишига йул қўймаслик, инфляциянинг олдини олиш ва нархлар ўсишига тўсқинлик қилишдир. Бунда тадбиркорларнинг кредитларга қизиқиши сусайиб, уларнинг активлиги пасаяди.

1-вариант



а)

2-вариант



б)

9. 4-расм. Фоиз ставкаси узгаришининг бизнесга таъсири.

Иккинчи ҳолда тадбиркорларнинг иқтисодий активлиги ошиб кетади. Фирмалар ўз фаолиятини кенгайтириш учун товар ва хизматларни ишлаб чиқаришга кўпроқ маблағ қўя бошлайдилар.

- ?
- 1) Банк системасининг тузилиш принципини тасвирлаб беринг.
 - 2) Давлат банкининг фоиз ставкаси нима?
 - 3) Давлат банкининг фоиз ставкасининг узгариши бизнесга қандай таъсир кўрсатади?

9.5. БАНКЛАРНИНГ МАБЛАҒЛАРИ. КРЕДИТ ЭКСПАНСИЯСИ

Ҳар бир банк ихтиёридаги маблағлар икки қисмга бўлинади. Бу банкнинг заҳира маблағлари ва банк кредитга бериши мумкин бўлган пул.



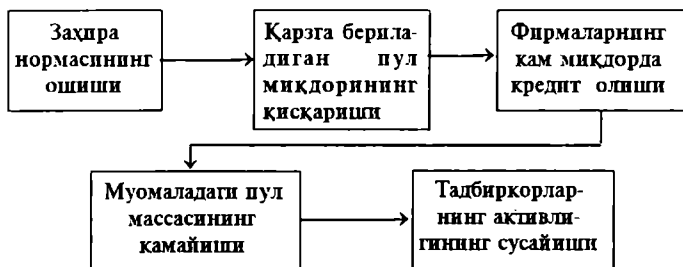
9. 5-расм. Банк маблаги.

Банк умумий маблағидаги унинг заҳираларининг улушига заҳира нормаси дейилади.

Заҳира нормаси марказий банк томонидан ўрнатилади.

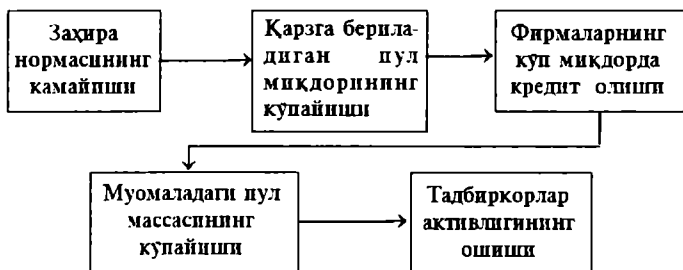
Қани кўриб чиқайликчи, заҳира нормасининг ўзгариши бизнесга қандай таъсир ўтказар экан. Бу ерда ҳам юқоридагидек иккита вариант бўлиши мумкин (9. 6. а)-расм ва 9. 6. б)-расм).

1-в а р и а н т



а)

2-в а р и а н т



б)

9. 6-расм. Заҳира нормаси ўзгаришининг тадбиркорликка таъсири.

Куриниб турибдики, заҳира нормасини ўзгартириш ҳам давлатнинг иқтисодийга таъсир қилишига хизмат қилади, яъни заҳира нормасининг ўзгартирилиши ҳам тадбиркорлик фаолияти учун жуда муҳим ҳисобланади.

Нима учун давлат кредит бериш ва заҳира нормаси шарглариини тартибга солиб туришни муҳим деб ҳисоблайди? Чунки муомалала булган пул массаси ҳажми кредит орқали ўсиш хоссасига эга. Ушбу хосса кредит экспансияси («экспансия» сузи «кенгайиш», «ўсиш» деган маънони беради) лейилади.

Шундай мисолни кўриб чиқамиз.

А банкнинг 100 сўм пули бор, заҳира нормаси 20% ни ташкил этади. Демак, А банк 1-фирмага 80 сўм миқдорда ссуда бериши мумкин.

Фараз қилишни давом этамиз. 1-фирма А банкдан 80 сўм кредит олди ва 2-фирма билан булган шартномага гулади. 2-фирма олган пулни В банкдаги узининг ҳисобига қўйди.

Заҳира нормасига кура В банк бу маблагдан 64 сўм ссуда бериши мумкин.

Ангайлик, 3-фирма В банкдан 64 сўм кредит олин. Биз яна ҳисоб-китоблар занжирини бир неча бор такрорлаймиз. Агарда биз кураётган тизимда туртта тижорат банки қатнашаётган булса, биз қўйидаги жадвалга эга буламиз.

Кредит экспансияси

Банк тар	Барча пуллар миқдори	Заҳира	Кредитга берилган пулларнинг миқдори
А	100	20	80
В	80	16	64
С	64	12,60	51,40
Д	51,40	10,24	40,96

Кўриб турибсизки, бундай тизимда қайта кредит бериш гуфайли 100 сўм пул деярли 3 баробар купаяди. Осопликча пайқаш мумкинки, агарда заҳира нормаси юқори булганда эди, пул массаси «ўз-ўзидан ўсиши» анча кам булар эди.

- 1) Заҳира нормаси нима ва у ким томонидан урнатилди?
- 2) Заҳира нормасининг узгариши бизнесга қандай таъсир қурсатади?
- 3) Кредит экспансияси нима?

9. 6. СОЛИҚЛАРНИНГ ТУРЛАРИ, УЛАРНИНГ ТУПЛАНИШИ ВА САРФЛАНИШИ

Давлат бюджети сиёсати ва пул-кредит сиёсатининг мақсадлари бир бўлиб, иқтисодиётни бир текисда ривожлантириш шу мақсадларнинг энг асосийсидир.

Давлат бюджети — давлат томонидан уз функцияларини амалга ошириш учун сарфланадиган марказалаштирилган пул фондидир.

Давлат бюджетига пуллар қаердан келиб тушади ва қаерларга сарф қилинади?

Солиқлар ҳозирги тараққий этган жамиятларда давлат даромадларининг асосий шакли ҳисобланади. Солиқлар давлатга пул маблағларига эга булган жисмоний ва ҳуқуқий шахслар томонидан амалга ошириладиган мажбурий туловлардир.

Ҳар бир давлатда солиқ тизими узига хос ташкил этилган.

Сиз билан солиқ тизимига кирувчи асосий солиқларни кўриб угамиз.

Солиқлар икки хил бўлади: тўғри ва эгри солиқлар.

Тўғри солиқларга — давлат томонидан солиқ туловчилар, даромади ёки мол-мулкидан туланадиган солиқлар киради.

Тўғри солиқларга:

Даромад солиги — асосан иш ҳақидан ва даромаднинг бошқа турларидан чегириб қолиш билан ундирилади. Агар даромад ўсиши билан даромад солигининг ставкаси кўпайса, у ўсиб борувчи солиқ, агар ягона ставка бўйича ундирилса, пропорционал солиқ деб аталади.

Даромад солиги давлат бюджетининг сезиларли қисмини ташкил этади.

Мулк солиқлари — бизнинг мамлакатимизда бу солиқ пайдо бўлганига унчалик куп вақт булгани йўқ. Ривожланган мамлакатларда эса бу солиқ давлат бюд-

жетининг катта қисмини ташкил этади. Бу шахсий уйлар, дала ва ер участкалари солиқлари ҳисобланади.

Фирма даромадларига солинадиган солиқлар. Улар ҳам давлат даромадларининг муҳим манбаларидан ҳисобланади. Ҳар бир фирма узининг фойдасидан бир қисмини давлатга тўлашга мажбур.

Капиталнинг ўсишига солинувчи солиқ (мол-мулк олди-сотдисидан олинадиган даромаддан ундирилади). У мол-мулкнинг бозор нархи билан уни харид қилиш нархи ўртасидаги фарқ натижасида ҳосил булган даромаддан ундирилади.

Эгри солиқларга — товар ва хизматлар нархига устама қўйиладиган солиқлар киради. Бу солиқларнинг тўловчиси истеъмолчи ҳисобланади.

Қушимча қиймат солиғи эгри солиқларга кирадиган солиқ бўлиб, у ишлаб чиқариш ёки муомаланинг ҳар бир босқичида қўшилган қиймат қисмидан ундирилади. Бу солиқ харид ва сотиш нархлари ўртасидаги айирмадан иборат қўшилган қийматдан ҳисобланади. Сунгра бу солиқ товарнинг узил-кесил нархига қўшилади, яъни бунда ишлаб чиқарувчининг эмас, балки истеъмолчининг даромади солиқ солиш объекти бўлади.

Қўшилган қиймат солиғи мамлакатимизда 1992 йилда киритилган бўлиб, барча солиқлар суммасининг каттагина қисмини ташкил этади.

Товар сотишдан олинадиган даромад солиғи. Бу солиқ қўлланадиган мамлакатлар (масалан, АҚШ да), ҳар бир чакана савдо магазинида сотилган товар учун харидор товарнинг нархига қўшиб солиқни ҳам тўлайди. Бу солиқ товарнинг нархининг аниқ фоизини ташкил этади. Харидорлардан тушган бу солиқ маҳаллий бюджетга келиб тушади.

Акцизлар. Бу солиқлар баъзи бир конкрет товар турларини ишлаб чиқарувчи ва истеъмол қилувчилардан олинади. Масалан, сигареталар, спиртли ичимликлар, бензин ва ҳ. к.

Ижтимоий сугуртага маблағлар, барча фирмалар томонидан иш ҳақининг маълум фоизи сифатида ажратилади. Бу маблағлар бюджетнинг бошқа даромадлари билан «ажралиб» кетмайди, балки пенсияларга, болаларга бериладиган нафақаларга, касаллик бюллетен-

лари ва декрет отпускарига сарфланадиган махсус фондни ташкил этади.

Энди куриб чиқайликчи, солиқлардан туланадиган маблағлар нималарга сарф этилар экан.

Давлат бюджет харажатлари ишлатилишига қараб, ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун кетадиган сарфлар, хусусан, инвестиция сарфлари, ижтимоий-маданий сарфлар, яъни давлатга қарашли ижтимоий-маданий хизмат соҳаларини, чунончи, соқлиқни сақлаш, ижтимоий таъминлаш, маориф ва маданиятни пул маблағлари билан таъминлаб туриш сарфлари, давлатни бошқариш харажатлари ёки ҳар хил тоифадаги давлат идоралари харажатлари: ҳуқуқни ҳимоя қилиш ва ҳарбий харажатларга сарфланади.

Давлат узининг бюджет сиёсатини иккита усулдан фойдаланиб қуради.

Солиққа тортишни идора қилиш. Агарда мамлакат иқтисодиёти инфляциядан зарар кўраётган бўлса, у ҳолда давлат пул массасини камайтиришга ҳаракат қилади. Бунинг учун у солиқларни оширади. Фирма ва аҳолининг муомалага чиқарадиган пуллари камаяди.

Аксинча, давлат солиқ тўлаш қувватини ошириш учун, яъни ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг пасайишини бартараф этиш учун солиқ ставкаларини камайтириши мумкин. Бунга жавобан фирмалар товар ишлаб чиқаришга кўпроқ маблағ қўйишади, аҳолининг истеъмол қилиш активлиги ошади. Иқтисодиётда жонланинг пайдо бўлади.

Бюджет даромадларининг харажатларни қоплай олмаслиги натижасида бюджет камомади юзага келади. Агар камомад ҳажми яратилган миллий маҳсулот қийматининг 2 — 5% ига тенг бўлиб, ундан ошиб кетмаса, бу иқтисодиёт учун нормал ҳол ҳисобланади. Даромад ва харажатларни мувофиқлаштириш орқали камомад бартараф этилади, даромад кўпайтирилади ёки харажат камайтирилади. Давлат камомадни ёпиш учун қимматбаҳо қоғозлар — облигациялар чиқаради ва уларни фирмалар, банклар ва аҳолига сотади. Ушбу қимматбаҳо қоғозлар ёрдамида уларнинг эгалари давлатдан узлуксиз равишда фоиз кўринишида даромад олиб турадилар.

- ? 1) Солиқларнинг сизга қандай турлари маълум?
2) Давлат маблағларини нимага сарф этилади?
3) Бюджет камомади нима?

9. 7. МОНОПОЛИЯ ВА ОЛИГОПОЛИЯ. АНТИМОНОПОЛ ҚОНУНЧИЛИК

«Монополия» сўзи грекча иккита сўздан ташкил тошган ва «ягона сотувчи» маъносини беради.

Монополияларнинг юзага келиши энг аввало товар ишлаб чиқарувчиларнинг рақобат кураши билан боғлиқдир. Рақобат уларнинг бозор стихиясини назорат қилиб туриш учун бирлашишга мажбур қилади. Бундай рақобат номукаммал рақобат дейилади. Унинг учта тури бўлиб, буларга: монополистик рақобат, олигополия ва соф монополия рақобати киради.

Монополистик рақобатда кўп сонли унча йирик бўлмаган ишлаб чиқарувчилар айнан бир хил бўлмаган, лекин ухшаш товарларни харидорларга таклиф қиладилар. Бу тизимда фирмалар бир-бирлари билан тил бириктира олмайдилар, шу сабабли ҳар бир фирма бозорнинг маълум қисмини назорат қилади. Лекин унинг бозор нархига таъсири чекланган бўлади.

Олигополия шароитидаги рақобатнинг энг муҳим хусусияти шундан иборатки, курашда озчилик қатнашади. Агар бозорда кам сонли фирмалар ҳукмронлик қилса, олигополия рақобати бўлади.

Олигополияда бир нечта йирик фирмалар ишлаб чиқаришнинг асосий қисмини назорат қилади. Масалан, АҚШ автомобиль саноатида «Дженерал моторз», «Форд» ва «Крайслер» ҳиссасига сотилган автомобилларнинг 90% ига тўғри келади. Олигополия тармоқларига янги фирмаларнинг кириб келиши қийин, чунки у ердаги фирмалар билан беллашув учун катта пул ва юқори технологик устунликлар талаб қилинади, акс ҳолда бу фирмалар йириклари билан рақобат қила олмай санишади ёки бу тармоқни тарк этишади.

Соф монополияда маҳсулот ишлаб чиқарувчи тармоқда фақат битта фирма фаолият кўрсатади. Бу монополистик фирма бошқа фирмалар учун бу тармоққа кириб келиш йўлини тўсиб қўяди. Бозорда бу фирма маҳсулотларини ўрнини боса оладиган бошқа маҳсу-

лотлар бўлмайди. Шу сабабли монополистик фирма нархларни мутлақ тарзда назорат қилиб туради.

Бозордаги монополияни қандай белгиларга қараб билиб олиш мумкин?

Монополистнинг истеъмолчилар учун тазйиқи бозорда унинг товаридан бошқа товар бўлмай қолганда руї беради. Бунда истеъмолчи монополист куйган шартларни қабул қилишга мажбур бўлади. Масалан: Агар бозорда фақат бир корхона оёқ кийим молларини таклиф қилса, у ҳолда истеъмолчиларда танлаш ҳуқуқи бўлмайди, бошқача қилиб айтганда, бор товарни куйилган нархда олишга мажбур бўлади.

Монополиянинг иқтисодиёт учун зарари фақатгина нархларнинг ошиши билан чегараланиб қолмайди. Уз товарига талабни монополлаштириб олган фирма бошқа фирмаларнинг рақобат қилишидан қурқмайди. Шунинг учун товарларнинг сифатини ошириш, ишлаб чиқаришга кетадиган сарф-харажатларни камайтириш, янги замонавий технологияларни ўзлаштиришга шўшилмайди. Натижада, технологик ривожланиш орқада қола бошлайди, товарларнинг сифати туша бошлайди, чунки истеъмолчи учун танлаш имконияти бўлмайди.

Қуриб турибсизки, монополиялар бозорнинг нормал ишлашини бузади, шунинг учун бозор иқтисодиётига асосланган мамлакатларда давлат йирик фирмаларнинг монополияларга айланишини бартараф қилишга интилади. Бунинг учун кўпгина давлатларда монополияларга қарши қонунлар қабул қилинган.

Давлатнинг монополизмга қарши сиёсати рақобат муносабатларини такомиллаштиришда гоятда муҳим ҳисобланади. У айрим фирмалар томонидан бозорнинг эгаллаб олинишига қарши курашни, фирмалар уртасидаги бозор механизмлари ҳаракатини чекланиш мумкин бўлган яширин келишувларни бартараф этишни, заҳираларнинг иқтисодиёт бир тармоғидан бошқасига эркин утиши йулидаги говларни йуқотишни тақозо этади.

АҚШ да монополияларга қарши биринчи қонун 1890 йилда трестларга қарши — «рақобат тизимининг конституцияси» деб аталадиган Шерман ҳужжатида қабул қилинган бўлиб, бозорни уша даврда ҳукмрон

булган тармоқ монополияларидан ҳимоя қилишни кўзда тутган эди.

Антимонопол қонунчилиқ, асосан қўйидаги йуналишлар буйича шаклланади.

Ишлаб чиқариш тизимини бошқарувчи қонунларга кўра ҳеч бир корпорация у ёки бу турдаги маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ярмидан ортигини назорат қилишга ҳақи булмайди ва шу орқали ишлаб чиқарувчилар уртасида рақобат таъминланади.

Барча йирик корпорацияларнинг иштирокчилари бошқа корпорацияларнинг акцияларининг маълум чекланган миқдордан ортигига эга була олмаслиги керак.

Нархларни талаб ва таклиф мувозанати белгилаган даражадан юқори ёки паст тутиб туриш мақсадида, нарх хусусида келишиб олишни ман қилувчи антикартель қонунлари жорий этилади. Картель деганда монополиялар ўртасида бозорни бўлиб олиш ва у ердаги нархларни келишиб олиш юзасидан тузилган қисқа муддатли иттифоқлар тушунилади.

Антимонопол қонунларни қабул қилиш ва ҳаётга тадбиқ қилиш бозор муносабатларига ўтаётган ҳар бир мамлакат учун ҳаётий заруратдир. Чунки, эркин рақобатга йўл бермай туриб эркин бозорни шакллантириб булмайди.

- ? 1) Монополия сузи нима маънони билдиради?
2) Монополиянинг қандай турларини биласиз?
3) Антимонопол фаолият деганда нимани тушунасиз?

9. 8. ТАДБИРКОРЛИККА КУМАКЛАШИШ

Шу бобда давлат харажатлари структураси ҳақида гапириб ўтган эдик. Харажатларнинг асосий қисми халқ хўжалиги тармоқларига сарф қилинади. Бу харажатларнинг маълум қисми эса тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш, уни кенгайтириш ва енгилликлар яратиб беришга ажратилади.

Субсидиялаш, яъни давлат бюджетидан тадбиркорларга аниқ мақсад йулида ишлатиш учун маблағ ажратиш бундай кумаклашишлардан бири бўлиб ҳисобланади.

Субсидия давлатнинг молиявий ёрдами булиб, бюджетга қайтариб берилмайди Давлат зарур иш билан шугулланувчи, лекин янги, ҳали молиявий заиф фирмаларни ҳам субсидия орқали қўллайди. Субсидиялар давлат дастури ва тавсияларига биноан иш тутган фирмаларга ҳам берилади. Корхоналар маҳсулотни бозорга чиқармай турганлари учун ҳам субсидиялар оладилар. Шу йул билан улар товарларни муддатидан ортиқча сақлаш ҳаражатларини қоплайдилар. Дунё бозорида нарх пасайган шароитда товар экспортини тухтатиб турган фирмалар ҳам давлатдан субсидия оладилар. Масалан, кофе, пахта ёки дон экспортини тухтатганлар ёки қисқартирганларга давлат субсидия беради. Бундан ташқари давлатнинг тадбиркорларни қўллашининг бошқа қуринишлари ҳам мавжуддир. Янги очилдиган фирмалар учун руйхатдан утказиш қоидаларини соддалаштириш, фирмаларнинг пайдо булгандан кейинги дастлабки йилларда солиқлар ставкаларини камайтириш, фирмалар учун банклардан кредит олишни кафолатлаш, махсус давлат ташкилотлари томонидан уларга маслаҳат ва ахборотлар хизматини кўрсатиш ва ҳоказолар шулар жумласидандир.

Ҳар хил фирмалардан катта ҳажмдаги маҳсулотларни давлат томонидан сотиб олиниши ҳам фирмалар учун энгиллик яратади. Масалан, давлатнинг қишлоқ хўжалик маҳсулотлари, озиқ-овқат, пахта, дон, мева-сабзавот ва ҳ. к. сотиб олиб туриши эркин бозор шароитида фермерларнинг товарлар нархини сақлаб туришига ва уларни етарлича даромад олишига имкон беради, бу эса қишлоқ хўжалик тармогини фойда келтирувчи соҳага айлантиради.

Сиз билан аввалги бобларда давлат буюртмалари ҳақида гаплашган эдик. Давлат буюртмаларининг купчили қисми ҳарбий саноатга тўғри келсада, лекин баъзи ҳолларда давлат уз буюртмаларидан бошқа мақсадларда ҳам фойдаланади. Масалан, давлат ҳали истеъмолчиларга мулақо номаълум булган янги товарлар ишлаб чиқарувчи фирмаларга буюртма беради. Бу билан давлат янги товар ишлаб чиқарувчи фирманинг истеъмолчиларни янги маҳсулотга «урғатиб олиш» дариан муваффақиятли утишига кумаклашади.

Давлат тадбиркорликка фақат молиявий эмас, балки номолиявий томондан ҳам ёрдам бериб туради. Қўйида биз улардан иккитасини кўриб ўтамыз.

Фирмаларни ахборот билан таъминлаш. Замоनावий бизнеснинг муваффақиятга эришиши учун муҳим омиллардан бири бу ахборотдир. Кўпгина мамлакатларда ахборотларни йиғиш билан махсус давлат маҳкамалари шугулланади. Улар нархлар, ҳар хил турдаги ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар ҳажми, импорт ва экспорт ўлчами, иш ҳақлари, молия ва бошқа хилма-хил иқтисодий маълумотлар тўплайдилар.

Товар ва хизматлар сифатини назорат қилиш. Кўпгина мамлакатларда давлат аҳолини ва фирмаларни сифатсиз ва соғлиқ учун зарарли товарлардан ҳимоя қилишни ўз вазифаси деб ҳисоблайди. Бундан ташқари шундай ташкилотлар борки, улар ҳар хил товарларни ишлаб чиқариш учун стандартлар ишлаб чиқаради ва урнатади. Стандартлар товарларнинг сифатини назорат қилишни енгиллаштиради.

- ?) 1) Давлатнинг хусусий фирмаларга берадиган қандай ёрдамлари мавжуд?
- 2) Субсидия ва давлат буюртмаси деганда нимами тушунасиз?
- 3) Давлатнинг бизнесга берадиган қандай «номолиявий» ёрдамлари мавжуд?

9. 9. ТУЛОВ БАЛАНСИ. ВАЛЮТА КУРСИ

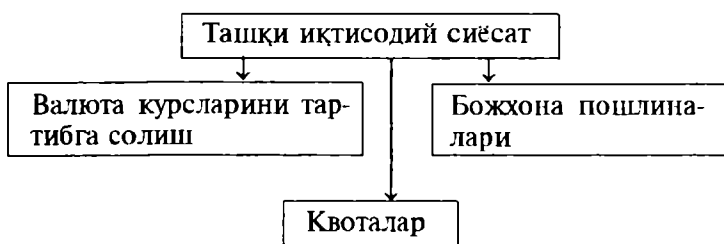
Нима учун ва қандай қилиб давлат бозор иқтисодиётига асосланган мамлакатларда ташқи савдога аראлашади? Бу саволга жавоб бериш учун мамлакатнинг тулов баланси нима эканлигини билиш керак бўлади.

Давлат мамлакатда содир бўлаётган ташқи барча савдо-сотиқларни ҳисобга олади, ҳамда тулов ва савдо балансини ташкил этади. Тулов баланси бу шундай жадвал кўринишидаги ҳужжатки, унда хориждан кириб келадиган ва чиқадиган барча товар ва хизматларга қўйиладиган сармоялар ҳисобга олинади.

Баланснинг даромад ва харажат қисмлари бир-бири билан тенглашиши керак. Давлатнинг вазифаси мамлакатнинг тулов балансининг мувозанатини сақлаб туришдан иборат. Бунинг учун — давлат баланси

нинг даромад ва харажати қисмини идора қилиб туриши керак. Давлат узининг ташқи иқтисодий сиёсатини ташкил этиш учун асосан учта нарсага таянади (9. 7-расм).

Мамлакатнинг экспорт ва импорт орасидаги муносабати (пулга чаққандаги) савдо баланси дейилади. Бу ерда икки ҳол рўй бериши мумкин, ё импорт экспортдан устун, ё экспорт импортдан устун бўлиши мумкин. Кейинги ҳол иқтисодиётдаги савдо муносабатида «мувафақиятли» ҳисобланади.



9.7-расм. Ташқи иқтисодий сиёсат инструментлари.

Валюта деб мамлакатда ҳаракатда бўлган пул бирлигига айтилади. Улардан баъзи бирлари сизга маълум. Ҳар хил валютага эга бўлган мамлакатлар ўртасида олди-сотди ишлари амалга ошган вақтда конвертациялаш муаммоси вужудга келади, яъни бир мамлакат валютасини бошқа бир мамлакат валютасига алмаштириш керак бўлиб қолади.

Валюта курси бир пул бирлигининг бошқа пул бирлигидаги «баҳо»сини курсатади. Мисол учун 1 ф. ст. = 1,6 дол. ёки 1 дол. = 1,5 марка.

Маълумки мамлакатнинг ташқи операциядан тушган даромади валюта курсига боғлиқ.

Мисол. Иккита мамлакатнинг валютаси узгариши натижасида экспорт ва импортдан тушган даромад ва харажатларнинг узгаришини куриб чиқамиз.

1-ҳол. 1 дол. = 100 иен.

2-ҳол. 1 дол. = 110 иен. Япония иенининг курси долларнинг курсига нисбатан тушди. Япониянинг экспортдан тушадиган даромадлари ошди, чунки унинг экспортга жўнатиладиган товарлари хорижий валюта-

да арзон булиб қолди ва уларга булган талаб ошди. АҚШ дан импорт қилинадиган товарлар қисқарди, чунки нархларнинг ўсиши Японияда АҚШ товарларига булган талабни камайтирди.

АҚШнинг Японияга қиладиган экспортдан келадиган даромади камайди, импорт эса аксинча ўсди.

3-ҳол. 1 дол. = 90 иен. Япония иенининг курси ошди. Бу ҳолат 2-ҳолатга тескари ҳолат. Япония учун АҚШ га импорт қилинадиган товарлардан тушадиган даромадлари камайди, импорт эса ўсди.

АҚШ учун эса экспорт ошди. Япониядан импорт қилинадиган товарлар камайди.

Бу барча ўзгаришлар иккала мамлакатнинг ҳам савдо ва тўлов балансларида акс этади.

Валюта курсини давлат ўрнатади ва уни ўзгартириши мумкин. Масалан, у импортни кўпайтириш учун, валюта курсини кўпайтиради. Агарда давлат четдан келадиган товарлар оқимини камайтирмоқчи бўлса, ўз мамлакати товарларини ички бозорда рақобатдош қилишни хоҳласа, валюта курсини сезиларли даражада пасайтириши мумкин.

Бу давлат валюта курсини ўзи хоҳлаганча қилиб белгиласа бўлади, деган маънони билдирмайди. Валюта курси ҳам бозор иқтисодиёти қонунларига кўра талаб ва таклифга қараб ўрнатилади. Валюта «баҳо»си унга бошқа мамлакатларда булган талаб ва халқаро валюта бозорига сотиш учун келиб тушган валюта миқдорига қараб аниқланади. Давлат белгиланган валюта курсини ўрнатади.

Валюта курси доимо ҳаракатда булиб туради. Биржада валюта курси бир кунда бир неча бор ўзгариши мумкин, бу ўзгаришлар жуда кўп факторларга боғлиқ булиб, бозорга ташланган валюта ҳажмидан тортиб, об-ҳавонинг ўзгаришига ҳам боғлиқ. Шунинг учун белгиланган валюта курси ҳам, вақт ўтиши билан қайта кўриб чиқиб турилади. Ҳукумат шу усул ёрдамида ташқи иқтисодий муносабатларни идора қилиб туради, чунки валюта курсининг озгина ўзгариши ҳам тўлов балансида жиддий силжишга олиб келади, нимага деганда ҳар бир мамлакатнинг ташқи савдо битимлари катта ўлчамга эгадир.

- ? 1) Тулов баланси нима?
2) Давлат ташқи иқтисодий сисеманинг ташкил этишида нималарга таянади?
3) Валюта курси нима? Унга мисол келтиринг.

9.10. ЭКСПОРТ ВА ИМПОРТ ПОШЛИНАЛАРИ ВА КВОТАЛАРИ

Божхона пошлиналари (бож) бу импортга солинадиган солиқлардир. Баъзи бир пошлиналар товар қийматига қараб ўрнатилади (масалан, товар баҳосининг 7%), бошқа бирлари эса хориждан келтирилган товар ҳажмига қараб белгиланади (мисол, 1 тонна учун 100 сум, 1 дона товар учун 10 сум).

Божхона тарифлари юқори бўлса, импортдан тушадиган давлат даромади ортади. Давлат шу билан бирга узининг иқтисодийетини арзон хорижий товарлар рақобатидан сақлаш ва ишлаб чиқаришнинг баъзи бир соҳаларида тадбиркорликни активлаштириш учун ҳам божхона пошлиналарини ошириши ва четдан келадиган товар оқимини камайтириб туриши мумкин.

Агарда аксинча, бозорни товарга тўлдириш керак бўлса давлат божхона солиқларини камайтириши мумкин.

Бу четдан келтирилган ёки четга чиқариладиган товарларнинг миқдори ёки қийматига ўрнатилган чегаралардир. Масалан, АҚШ да Япониядан келтирилган автомобилларга квота мавжуд.

Агар бундай квоталар ўрнатилмаса Япония автомобили АҚШ бозорини эгаллаб олишлари мумкин. Япония автомобиллари америка автомобилларига нисбатан арзон бўлса, у ҳолда америкаликларни Япония автомобилларига бўлган талаблари ошади. Бу эса Америка автомобиль ишлаб чиқаришдаги компанияларини ишлаб чиқаришларини қисқартиришга мажбур этади. Шу сабабли ички бозорни ташқи рақобатдан ҳимоя қилиш, бозорни барқарорлаштириш учун давлат четдан келадиган товарларга квота ўрнатади.

- ? 1) Божхона пошлиналари нима ва улар қандай белгиланади?
2) Божхона пошлиналарининг вазифалари нималардан иборат?
3) Импорт ва экспорт квоталари қандай мақсадларда хизмат қиладди?

Хулоса

Уқорида айтилганлардан шундай хулосага келиш мумкинки, бозор иқтисодиётида давлатнинг ролига алоҳида аҳамият берилади. Бозор муносабатларига ўтиш шароитида ҳар хил мулк формаларини юзага келиши ва давлатни тадбиркорликка ёрдам курсатиши иқтисодиётни жадал ривожлантиришга олиб келади. Корхоналар фаолиятини тартибга солиб туриш, улар орасида монополияга йул қўймаслик ва эркин фаолият курсатишларга йул очиб бериш мақсадида давлат қарор ва қонунлар чиқаради.

Иқтисодиётни тартибга солиб туришда, яъни мамлакатда кечаётган инфляция жараёнларини, ишсизлик, бюджет камомати, давлат қарзи ва шунга ухшаш муаммоларни бартараф қилиш ва олдини олиш мақсадида давлат ўзининг молия-бюджет ва пул-кредит тизимларидан фойдаланади.

Маъруза ва рефератлар

1. Узингиз бирор фирмани танлаб олиб қўйидаги саволларга жавоб топинг:

а) Фирма нима иш билан шуғулланади?

б) Фирма қандай солиқлар тулайди? Солиқ ставкаси қандай? Фирма солиқларнинг имтиёзларидан фойдаланадими?

в) Фирма қандай кредитлар олади? Процент ставкаларининг миқдори қанча?

г) Фирма қандай ташқи иқтисодий алоқаларни бажаради?

2. Бизнинг мамалакатимиз антимонопол қонунчилигини ўрганнинг ва шу темада маъруза қилинг.

Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар:

корпорация
монополиялар
кейнсчилар
монетаристлар
социал-либералчилар
инфляция

давлат молияси
давлат бюджети
миллий даромад
солиқ
заём
эмиссия
инвестиция
монетар сиёсат
фискал сиёсат
давлат банки
тижорат банки
кредитларнинг фоиз ставкаси
заҳира (резерв)
заҳира нормаси
кредит экспансияси
ссуда
туғри солиқ
эгри солиқ
даромад солиғи
пропорционал солиқ
мулк солиғи
бюджет камомади
олигополия
антимонопол қонунчилик
тулов баланси
квота
импорт
экспорт
пошлиналар

ЛУФАТ

А

Айирбошлаш тенгламаси

— пул таклифи (M), пул муомала тезлиги (V), товар ва хизматлар уртача нархи (P) ва сотилган товар ва хизматлар умумий миқдори (Q) ларни боғловчи тенглама:

$$M \cdot V = P \cdot Q.$$

«Айиқ»

(ингл. «bear» рус.
«медведь»)

— биржаларда нарх пасайишини кутиб («хукиз»нинг акси) ҳаракат қиладиган коммерсант (тожир). Бу ибора нарх пасаяди деб ҳисоблайдиган одамлар учун ҳам ишлатилади.

Актив

— 1) бухгалтерия баланснинг қисми бўлиб, унда ҳисобот санасида корхона мулки ва маблағларининг пулдаги ифодаси, уларнинг таркиби ва тақсимоти кўрсатилади;

2) корхона мулки ёки маблағлари: бинолар, машиналар, нақд пуллар.

Акция (пай қоғоз)

— акционерлик жамияти чиқарган қимматбаҳо қоғоз. Акция эгасининг шу жамият маблағига қўшган ҳиссасини ва шунга мувофиқ топилган фойданинг бир қисмини дивиденд тариқасида олишини, уни бошқариб туришда қатнаша олишини тасдиқлайди.

Акционерлик (пайчилик) жамияти

— турли корхона, ташкилот, банк, компания ва айрим шахслар пул маблағларини шерикчилик асосида ва соҳибкорлик мақсадида бирлаштирадиган жамият (корхона). Муомалага номинал қиймати кўрсатилган акциялар чиқариш ва уни сотиш бундай жамиятнинг негизини ташкил этади.

Акциянинг номинал нархи

— акциянинг акционерлик жамияти таъсис этилганда сотилган дастлабки нархи.

Акция пакети

— сотиб олинган акциялар миқдори.

Акция назорат пакети

— акция эгасига акционерлик жамиятида ҳукмронликни таъминлайдиган ак-

	<p>ция миқдори; чиқарилган акцияларнинг умумий суммасида бир шахс, компания ёки давлатнинг йирик ҳиссаси. Акционерлик жамиятининг йиғилишида ҳал қилувчи овозга эга бўлиш ҳуқуқини беради (бунда жами акционер капиталининг 51 % га эмас, балки 20—30%, баъзан ундан ҳам камроқ ҳиссага эга бўлиши кифоя).</p>
Амортизация	<p>— асосий фондлар қийматларининг улар орқали яратиладиган маҳсулот ёки хизматларга секин-аста утиши, пул маблағларининг мақсадга мувофиқ туланиши ва уларнинг, кейинчалик емирилган асосий фондларни тиклашга сарфланиши. Асосий фондлар иш давомида емирилиб, узларининг харид қийматини йўқота боради. Ишлаб чиқарилган маҳсулотларни реализация қилишдан (сотишдан) олинган даромаднинг бир қисми асосий фондларни тиклаш учун махсус амортизация фондига ўтказилади.</p>
Анкета	<p>— бирор маълумот олиш ёки омма фикрини туллаш учун белгиланган суроқ варақаси.</p>
Антимонопол қонунчилик	<p>— иқтисодийetni монополия (якка ҳукмронлик)дан халос этиш ва монополияларни чеклаб қўйишга чиқарилган давлат қонунлари.</p>
Асосий мақсад	<p>— мақсадлар ичида энг муҳими.</p>

Б

Банк кредити	<p>— банк томонидан пул маблағларининг ишбилармон ёки корхоналарга устама (фоиз) тулаб қайтариб бериш шарт билан маълум (муайян) муддатга қарзга берилиши.</p>
Банк фоизи	<p>— банк кредитдан фойдаланганлик учун белгиланган ҳақ миқдори; қарз миқдорига нисбатан фоиз ҳисобида ундирилади.</p>
Бартер усули	<p>— пулсиз бевосита товар айирбошлаш.</p>
Бизнес	<p>— тадбиркорларнинг иқтисодийетдаги ва умуман, ҳаётдаги фаолияти.</p>
Бизнесмен (тадбиркор)	<p>— мустақил ижодий хужалик фаолият юргазувчи, бозор иқтисодийетига асосланган замонавий жамиятнинг ижти-</p>

<p>Бизнесни маблаг билан таъминлаш Бирлашмалар</p>	<p>мой-иқтисодий ҳаётида марказий (асосий) фигуралардан ҳисобланувчи шахс. — пул воситаларини ишбилармонлик фаолиятига, бизнесга жалб қилиш. — бир неча корхоналарнинг маълум масалаларни биргаликда ҳал қилиш мақсадида бирлашиши.</p>
<p>Битим</p>	<p>— икки ёки ундан ортиқ томонлар уртасидаги келишув. Давлат билан корхона, ташкилот билан ходим, корхона билан корхона ва ҳоказо. Бунда маҳсулот ёки хизматлар пулга ёки булмаса узаро айирбошланади.</p>
<p>Бозор</p>	<p>— сотувчи билан харидор уртасида товарларни пулга айирбошлаш муносабати; товарлар билан олди-сотди муносабатлари, товар ишлаб чиқариш, товар айирбошлаш ва пул муомаласи қонунларига биноан амалга оширилади. Бозорда икки жараён амалга ошади: бири товарларни сотиш, бунда товар пулга алмашади, иккинчиси товарни харид қилиш, пулни товарга айирбошлаш. Айирбошлаш ихтиёрий ва эркин шаклланган нархларда олиб борилади.</p>
<p>Бозор иқтисодиёти</p>	<p>— эркин товар-пул муносабатларига асосланган, иқтисодий монополизмни инкор этувчи, ижтимоий мулжалга, аҳолини ижтимоий муҳофаза қилиш йулларига эга булган ва бошқарилиб (тартибланиб) турувчи иқтисодиёт.</p>
<p>Бухгалтерия ҳисоби</p>	<p>— ҳужалик фаолияти жараёнида корхонада маблағларнинг айланиши ва мулкларнинг ҳаракатини ифодаловчи маълумотлар мажмуаси.</p>
<p>Бухгалтерия баланси</p>	<p>— корхона фаолиятининг пул ҳисобидagi курсаткичлар тизими. Ҳисобот санасида маблағларнинг сарфланиши, манбаи ва мақсадини таърифловчи, жамловчи жадвалда акс эттирилади. Икки қисмдан иборат: чап томони актив, ун томони пассив. Актив ва пассив натижалари бир хил булиши шарт.</p>
<p>Бюджет ассигнованиеси</p>	<p>— бирон-бир корхона ёки тармоқни ривожлантиришга давлат бюджетидан ажратилган маблаг.</p>
<p>Бюджет камомади (бюджет тақчиллиги)</p>	<p>— давлат бюджетидagi харажатларнинг даромадлардан устун булиши.</p>

В

Вексель — муайян миқдордаги қарзни белгиланган муддатда қатъий тулаш мажбурияти юкланган, қонун билан тақиқланган ҳолатда тулдириб расмийлаштирилган қарздорлик тилхати.

Г

Гаров — пул қарз олувчи уни қайтариб бериши кафолатига қўйилган мулк.

Д

Давлат банки давлат томонидан таъсис қилинган, одатда, давлат бюджети ва давлат органларига хизмат қиладиган, давлат дастурларини молиялаштирадиган ва мос давлат ташкилотларининг топшириги билан ҳар хил банк операцияларини бошқарадиган банк.

Давлат буюртмаси — давлат томонидан корхона ва ҳужаликларга муайян маҳсулот турини тайёрлаш, ишлаб чиқариш, ноишлаб чиқариш ва илмий тадқиқот характеридаги ишларни бажариш бўйича бериладиган топшириқ.

Давлат бюджети — марказлашган давлат пул фондини шакллантириш ва ундан фойдаланишнинг асосий молиявий режаси.

Давлат молияси — ялпи ижтимоий маҳсулот (муайян вақт ичида жамият томонидан яратилган неъматлар)ни тақсимлаш ва қайта тақсимлаш жараенида пайдо буладиган ва давлат томонидан уз вазифаларини амалга ошириш учун фойдаланиладиган пул маблағларининг мажмуидир.

Давлат мулки — асосий мулкчилик шаклларидан бири. Давлат мулки икки йул билан пайдо булади: а) хусусий мол-мулкни миллийлаштириб, давлат қўлига олиш; б) давлат маблағлари ҳисобидан корхоналар қуриш. Давлатнинг иқтисодийга аралашуви кучайиши билан давлат мулки ривож топади, лекин унинг монополияси урнатилгач, рақобатга ҳалақит беради. Натижада давлат мулкини репри-

Давлат субсидияси	<p>ватизациялаш юзага келиб, бошқа мулк шакллари кучаяди. Бозор иқтисодиётига утиш муносабати билан давлат мулки асосан жамоа мулкига, фуқаролар мулкига ва хусусий мулкка айлантирилади.</p> <p>— корхоналар, ташкилотлар ва хорижий давлатларга бериладиган маблаг. Бирор фаолиятни қўллаб-қувватлаш мақсадида давлат бюджетидан ажратилади. Субсидия дотация сингари такорланмай, фақат бир марта, қайтариб бермаслик ёки қайтариб бериш шarti билан берилади. Қайтарилиб берилмайдиган субсидиялар амалиётда кенг тарқалган.</p>
Даромад	<p>— корхона ҳужалик фаолиятида активларнинг усиши ёки мажбуриятларнинг камайиши булиб, у хусусий капиталнинг усишига олиб келади.</p>
Даромад солиғи	<p>— давлат томонидан юридик ва жисмоний шахслар (аҳоли, корхона ва ташкилотлар)нинг даромадидан давлат бюджети учун мажбурий ундуриладиган туловлар.</p>
Дебет	<p>— юридик ва жисмоний шахслар билан узаро ҳужалик муносабатлар натижасида тулашга ёки олишга тегишли булган пуллар. Активдаги дебет ҳисобга олинadиган сумманинг усишини, пассивдаги эса камайишини билдиради.</p>
Демпинг сиёсати	<p>— бозорда рақибини синдириш мақсадида товарларнинг уз таннархидан паст нархда сотилиши.</p>
Депозитлар	<p>— 1) банк ва омонат кассаларига қўйилган омонатдир; 2) миջозларнинг банкка муайян талабларини тасдиқловчи, банк дафтаридаги ёзувлар; 3) кредит муассасаларига сақлаш учун топширилган қимматбаҳо қоғозлар (акция ва облигациялар); 4) божхона муассасаларига бож ва божхона йиғимлари тарзидаги туловлар учун олдиндан бериладиган бадаллар; 5) суд ва маъмурий муассасаларга даъвони ва судга келишини таъминлаш мақсадида утказиладиган пул бадалларни.</p>
Динор	<p>— Қувайт пул бирлиги.</p>
Доимий харажатлар	<p>— корхонада ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ булмаган ишлаб чиқариш харажатлари.</p>

Е

- Economy** — одамларнинг маҳсулот ва хизматлар ишлаб чиқариш, тақсимлаш ва истеъмол қилиш борасида олиб борадиган ҳужалик фаолият турларининг мажмуаси.
- Economics** — одамлар ўз эҳтиёжларини қондириш мақсадида, чекланган ресурсларга эга була туриб, ҳар хил маҳсулот ва хизматлар ишлаб чиқаришни қандай ташкил қилишни урганувчи фан.

Ж

- Жамоа мулки** — юридик шахс булган кооперативлар, акционерлик ва ҳужалик жамиятлари, ширкатлар, арендали ва жамоа қорхоналари, ҳужалик ассоциациялари, жамоа ташкилотлари ва бошқа бирлашмалар мулки.

З

- Заём** — фуқаролар ҳуқуқидаги шундай шартномаки, бунда бир томон (заём берувчи) бошқа томон (заём олувчи)га пуллар ёки нарсаларни хусусий мулкчиликка ёки оператив бошқаришга беради, иккинчи томон эса заём берувчига шунча миқдордаги пулни ёки тенг миқдордаги нарсани қайтариб беришига мажбурийят олади.
- Зарар** — қорхона даромади ва умумий харажатлари орасидаги манфий айирма.
- Заҳира** — 1) Валюта заҳираси — бошқа мамлакатлар марказий банкларнинг халқаро ҳисоб-китоб учун мамлакат валютасида йигиб ва сақлайдиган маблағлари.
2) Капитал (фонд) заҳираси — қорхона, акционерлик жамияти ва ҳоказоларнинг фойдадан чегириб қолиб ташкил қилинадиган хусусий маблағлар қисми бўлиб, ҳужалик операциялари фаолиятидаги зарарларни қоплаш, асосий фондларни тулдириш ва қундалик фой-

да етарли булганда дивидендлар тулаш учун фойдаланилади.

И

Иена

Иккиёқлама

(қушалок) езув

— Япония пул бирлиги.

— бухгалтерия ҳисобида сётлар тузишнинг асосий қойдаси бўлиб, бунда корхона ҳар бир ҳужалик операцияси муайян вақтда ва узаро алоқадор ҳолда бир хил пул миқдорида бирданига иккита сётда: биринчисининг дебет ва иккинчисининг кредит қисмида акс этирилади.

Импорт

— бошқа давлатлардан мамлакат ички бозорида реализация қилиш (сотиш) ёки учинчи бир мамлакатга утказиш учун олиб келадиган товарлар, хизматлар, қимматбаҳо қоғозлар ва бошқалар.

Инвестиция

— иқтисодни ривожлантириш мақсадида мамлакат ёки чет элларда турли тармоқларга узоқ муддатли капитал киришиш (қуйиш); капитал сарфлар тушунчасига туғри келади. Унинг молиявий ва реал турлари мавжуд. Молиявий инвестиция — акция, облигация ва бошқа қимматбаҳо қоғозларни сотиб олиш; реал инвестиция — мамлакат ичкарисида ва чет элларда ишлаб чиқариш (саноат, қишлоқ, ҳужалиги, қурилиш ва бошқалар)га капитал қуйиш, ёш суверен давлатларга қарз ва субсидия бериш шаклларида амалга оширилади.

Интеллектуал мулк

(ақлий мулк)

— ижодий ақлий меҳнат маҳсули. Фан, адабиёт, санъат ва ишлаб чиқариш соҳасида ижодий фаолиятнинг бошқа турлари асарлари, жумладан кашфиётлар, ихтиролар, рационализаторлик таклифлари, саноат намуналари, ЭҲМ учун программалар, берилмалар базаси, ноухаунинг эксперт тизимлари, савдо сирлари, товар белгилари, фирма атамалари ва бошқалар ақлий мулк объектига кирилади.

Инфляция

— пулнинг қадрсизланиши — муомалада ҳужалик обороти эҳтиёжларидан ортиқ даражада қоғоз пуллар миқдорининг қупайиб кетиши, пул массасининг

Инфляция суръати	товарлар массасидан устунлиги натижа-сида товар билан таъминланмаган пул-ларнинг пайдо булиши. — нархлар уртача курсаткичининг усиш суръати қуйидаги $i = (P_1 - P_0) / P_0$ формула билан ҳисобланади, бу ерда i — 0 мо-ментдан 1-моментгача булган давр ичи-даги инфляция суръати; P_0 —0 момент-даги уртача нарх, P_1 —1 моментдаги ур-тача нарх.
Ихтисослаштириш	— бир ёки бир нечта товар (хизмат)лар ишлаб чиқариш учун ресурсларни туп-лаш.
Ишлаб чиқариш имко-ниятлари	— мамлакат ресурсларидан тула фойда-ланиб, икки маҳсулот чиқаришни қу-шиб олиб бориш

К

Календарь режалашти-риш	— корхонада ҳар бир ишни аниқ бажар-иш вақти курсатилган маҳсулот ишлаб чиқариш режаси.
Капитал	— уз эгасига даромад келтирувчи маб-лаг ва восита; янги қиймат келтиради-ган, яъни узини узи қупайтирувчи қий-мат. У ишлаб чиқариш воситаларининг эгасига иш кучини ёллаш орқали қу-шимча қиймат, фойда келтиради, уни бойитади. Ишбилармон ихтиёридаги маблағлар суммаси ҳам капитал (сар-моя) деб аталади. Акционерлик жамия-ти капитали уз акция облигацияларини сотишдан тушган пуллардан ташкил то-пади. Капитал доимий ва узгарувчан, асосий ва айланма капиталга булинади; саноат капитали, савдо капитали, ссуда капитали шаклларида фаолият қилади. Бозор иқтисодиёти шароитларида кор-хона, фирма, турли жамоаларга тегиш-ли акционерлик капитали, захира капи-тали, устав капитали сингари кўриниш-лари мавжуд.
Карат	— 1) массанинг улуш бирлиги, заргар-ликда ишлатилади, кар билан белгила-нади. Метрик карат — 200 мг. 2) қо-тишмадаги олтин миқдорининг улчови, қотишма массаси 1/24 қисмига тенг. Соф олтин 24 каратта мос келади.

Каф	— халқаро савдо ишларида товар етказиб бериш шартларидан бири.
Квота	— умумий ишлаб чиқариш, сотиш, экспорт, импорт ва бошқа иқтисодий фаолият соҳаларида келишув асосида ҳар бир иштирокчи учун жорий қилинадиган ҳисса. Битимларга биноан амалга оширилади. Давлатлараро шартномаларга кура айрим ёки бир гуруҳ товарлар юзасидан квота урнатиладигани, унга мувофиқ мамлакатлар ёки мамлакатлар гуруҳи фақат белгиланган миқдордаги товарларни ишлаб чиқариши ва четга сотиши мумкин.
Келтирилган нархлар	— инфляция суръатига мослаб туғрилган нархлар.
Клиринг	— товарлар, қимматбаҳо қоғозлар, хизматлар учун узаро мажбурият ва талабларни, яъни бир-бирига берадиган пулларни ҳисобга олиш билан нақд пулсиз ҳисоб-китоб қилиш тизими.
Клиринг нуқта (мувозанат нуқтаси)	— бозорда талаб ва таклифнинг тенг бўлиши ёки талаб билан таклиф чизикларининг кесишиш нуқтаси
Кооператив мулк	— бирон-бир фаолият юритиш учун аъзоликка асосланган ҳолда эркин уюшган кишиларнинг умумий мулки.
Корпорация	— ривожланган йирик акционерлик жамияти ва трестлар; бирон бир фаолият учун уюшган юридик ва жисмоний шахслар мажмуи. Корпорациялар негизи акционерлик жамиятлари ҳисобланади. Корпорациялар бир хил маҳсулотларнинг асосий ишлаб чиқарувчиларини бирлаштиради, натижада ишлаб чиқариш монополлашади. Айни пайтда корпорациялар инвестиция капиталининг марказлашувига ёрдам беради, илмий-техника тараққиётини, маҳсулотнинг рақобатбардорлиги ва узоқ ҳаётлий циклини таъминлайди.
Корхона (фирма) даромади	— сотилган маҳсулот учун корхона олган пул миқдори.
Концерн	— ишлаб чиқариш диверсификацияси асосида таркиб топадиган йирик, кул тармоқли корпорация.
Кредитларнинг фоиз ставкаси	— берилган кредитларга туланадиган фоиз миқдори.

Кредит экспансияси — кредитлаш ҳажми ортганда пул мас-
сасининг купайиши.

Л

Лаж — олтин бозор баҳосининг расмий ба-
ҳодан ортиқ қисми.

Ликвидлик — турли корхоналар, бирлашмалар,
фирмалар ва банкларнинг уз мажбу-
риятларини уз вақтида бажара олиш
имкониёти.

М

Макроиқтисодиёт — иқтисодиётнинг асосий муаммолари-
ни умумжамият нуқтаи назаридан урга-
нувчи бўлими.

Марка — Олмония пул бирлиги.

Маркетинг — харидор эҳтиёжларини имкони бори-
ча тулароқ қондириш мақсадларида бо-
зор ҳолатини асосли урганиш ва олдин-
дан баҳолаш билан товарларни ишлаб
чиқариш, сотишни ташкил этиш тад-
бирлари тизими; бозор иқтисодиети-
нинг муҳим унсури; маркетинг иши
қисқа ва узоқ муддатли махсус дастур-
лари орқали амалга оширилади, уларда
харидорларни ва рақобатчиларни урга-
ниш асосида товарлар сифатини яхши-
лаш, товар нархини узгартириш, рекла-
ма утказиш, товарга талаб чақирриш, то-
варларни уз вақтида етказиб туриш, ха-
ридорларга маъқул тушадиган хизмат
курсатиш каби чора-тадбирлар назарда
тутилади. Ишлаб чиқариш маркетинг
воситасида гоят узгариб турадиган бо-
зор талабига мослашади ва самарага
эришади. Товар ишлаб чиқарувчилар
маркетинг туфайли бозор билан узвий
боғланадилар, ишлаб чиқариш манбала-
рини бозор талаб товарлар яратишга қа-
ратадилар, соҳибкорлик ва тижорат иш-
ларини режалантирадилар.

**Маҳсулот бирлигидан
олинган фойда** — муайян маҳсулотни сотишдан олин-
ган фойданинг шу маҳсулотнинг ишлаб
чиқариш ҳажмига нисбати.

Маҳсулот нархи — талаб ва таклиф миқдорлари тенг
булганда бозорда юзага келадиган нарх.

Маҳсулотнинг мувозанат миқдори	— талаб ва таклиф миқдорлари тенг бўлганда маҳсулотни бозорда сотиш ҳажми.
Маҳсулот рентабеллиги	— айрим маҳсулот турининг даромаддорлиги, фойдалилигини акс эттириб, маҳсулот сотишдан олинган фойданинг маҳсулот тула таннархига нисбати билан ҳисобланади.
Мақсад	— бирор ишни бажариш (бошқариш) учун олинган белгиланган вазифа.
Менежерлар	— корхона ва компаниялар эгалари бўлмаган елланма малакали бошқарувчилар. Бозор иқтисодиёти мамлакатларида компания, фирма, корхона, банк, молия муассасаларининг ижроия ҳокимиятига эга бўлган бошқарувчи каби раҳбар ходимлари; облигация заёмлари чиқариш (эмиссия) ва уни капитал бозорида утказиш билан шуғулланувчи банк синдикатлари раҳбар гуруҳлари иштирокчилари ҳам менежерлардир. Улар маърифатли жамиятдаги махсус ижтимоий қатламни ташкил қилади. Бозор иқтисодиёти шароитларида менежерлар хизмати ишлаб чиқаришда ва товарлар муомаласини уюштиришда зарур омил бўлиб қолади.
Менежмент	— замонавий ишлаб чиқаришни бошқариш (режалаш, тартибга солиш, назорат қилиш), шунингдек ишлаб чиқаришга раҳбарлик қилиш, уни ташкил қилиш. Мулжалланган мақсадларга (ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш, фойдани ошириш) эришиш учун ишлаб чиқаришни бошқариш усуллари, шакллари, воситалари мажмуи. Ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш мақсадларида бошқариш шакллари, структураси, усуллари, янги принципларини доимий жорий этиш асосида уюштириш ва бошқаришни яхшилаш билан боғлиқ.
Меҳнат тақсимооти	— меҳнатни ташкил қилиш усули, унда ҳар бир ходим бир ёки бир нечта чекли сондаги операцияларни бажаради.
Микроиқтисодиёт	— иқтисодиётнинг асосий муаммоларини алоҳида ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи нуқтан назаридан ҳал қиладиган бўлим.

Миллий даромад	— моддий ишлаб чиқариш соҳаларида бир йилда янгидан яратилган қиймат еки ялпи ижтимоий маҳсулотнинг ишлаб чиқариш жараёнида истеъмол қилинган ишлаб чиқариш воситалари қийматини чегириб ташлангандан сунг қолган қисми. Миллий даромад моддий неъматлар ишлаб чиқарадиган шароитларда жонли меҳнат томонидан яратилиб ҳам қиймат — пул, ҳам моддий — буюм шаклига эга булади. Миллий даромад истеъмол ва жамгарма фондларига булинади.
Монетар сисъат	— иқтисодда пул массасини мувофиқлаштиришга йуналтирилган давлат хатти-ҳаракатлари.
Монополия	— иқтисодийнинг бирон-бир соҳасида танҳо ҳукмронлик. Монополия ишлаб чиқариш воситалари, иш кучи ва яратилган маҳсулотлар асосий қисмининг озчилик корхоналар, соҳибкор шахслар еки давлат қулида тулланиши натижа-сида пайдо булади. Монополия уз табиатига кура ишлаб чиқаришда турғунлик пайдо қилади, чунки монопол мавқега таяниб, сарфларни камайтирмай фойда куриш, рақобатнинг йуқлиги еки заифлигидан фойдаланиб бозорда уз измини утказиши мумкин. Монополия бозор муносабатларини чеклайди.
Мотивация	— уз-узини ва бошқаларни шахсий ва ташкилот умумий мақсадларига эришишга қизиқтириш (рағбатлантириш) жараёни.
Мукофот	— ташкилот ходимларига аниқ натижа учун асосий иш ҳақидан ташқари бериладиган қушимча ҳақ.
Мулкчилик	— кишилар уртасида ишлаб чиқариш воситалари ва меҳнат маҳсулини узлаштириш юзасидан пайдо булган ва тарихан аниқ бир шаклда намоён булувчи иқтисодий муносабатлар.
Мулк объекти	— инсон яратган моддий ва маданий бойликлар, табиат бойликлари, интеллектуал меҳнат маҳсули ва инсоннинг меҳнат қобилияти (иш кучи).
Мулк субъекти	— жамиятда маълум ижтимоий-иқтисодий мавқега эга булган кишилар булиб,

Мулк солиғи

улар жамоа, синф, табақа ёки бошқа ижтимоий гуруҳларга бирлашган бўлади.

— давлат томонидан юридик ва жисмоний шахслар (аҳоли, корхона ва ташкилот) мулкидан мажбурий ундирилаётган туловлар.

Н

Нарх (баҳо)

— товар қийматининг пул шакли; бозор иқтисодиёти мавжуд жамият хўжалик механизмида амал қилувчи иқтисодий дастак. Биринчи мазмунда нарх товар ёхуд хизматда гавдаланган ижтимоий меҳнатни — қийматни пул шаклида ифода этиш, пулда улчаш. Нархни қиймат белгилайди, аммо у аниқ бир қийматдан юқори ёки паст бўлиши мумкин, бу эса бозордаги муайян товарга булган талаб ва унинг таклифига боғлиқ бўлади. Нарх фақат қийматни эмас, балки талаб ва таклиф, шунингдек, товарнинг фойдалилиги, сифати ва бошқа товарлар урнини боса олиши, муомаладаги пулнинг харид қобилиятига ҳам боғлиқ.

О

Олдиндан айтиш (ба-
шорат, истиқболни
қўра билиш)

— шу кун тенденциялари асосида келажак ҳақида тахминлар тузиш.

Олигаполия

— бу шундай бозор структурасининг турики, бунда бир неча йирик фирмалар ишлаб чиқаришда монополия қилиб, маҳсулотнинг асосий қисмини сотади. Улар купинча узаро нархсиз рақобат юрғазади.

П

Парафирлаш

— тасдиқлаш — музокаралар натижасида тузилган шартнома текстига розиликни тасдиқлаш шакли; бунда томонлар вакиллари шартнома тексти охирига ёки ҳар варағига исм ва фамилияларининг бош ҳарфларини қўйиб чиқади-лар.

Пассив	— 1) бухгалтерия ҳисобининг (унг) қисми булиб, унда корхона маблағларининг манбалари ва уларнинг қандай мақсадларга мулжалланганлиги кўрсатилади. 2) корхона барча қарз ва мажбуриятлари мажмуаси.
Полис	— шахсий ёки мулкий сугурта шартномаси ва унинг шартлари ҳақидаги ҳужжат, тилхат, патта.
Пошлиналар (бож, бож пули)	— божхона назорати остида давлат томонидан мамлакат чегарасидан олиб утиладиган импорт товарлар, мол-мулк ва қимматбаҳо буюмлардан ундириладиган пул йиғимлари. У билвосита солиқ тури булиб, унинг мол чиқариш, мол киритиш ва мамлакат территорияси орқали ташиб ўтказиш (транзит) учун ундириладиган турлари мавжуд. Бож муайян товарлар рўйхати, товар миқдори, массаси, бирлиги, шунингдек, товар баҳоси (адвалор бож) бўйича белгиланган божхона тарифлари доирасида ундирилади.
Профессионал	— ўз ишининг устаси, касбини яхши биладиган шахс.
Пул	— ҳамма товарлар ва хизматлар айирбошланадиган, умумий эквивалент бўлиш махсус товар, бозор иқтисодиётининг энг асосий воситаси. Пул ўз табиатига кўра уч хил хусусиятга эга: ҳамма нарсага айирбошланадиган муҳим харид воситаси; бойлик тимсоли; меҳнатни қиймат шаклида улчаб берадиган восита.
Пулнинг муомала теълиги	— йил давомида бир сўм (доллар, франк ва ҳоказо)нинг уртача неча марта товар ва хизматлар сотиб олишга сарфланганлигини кўрсатувчи сон.
Пул таклифи (муомаладаги пул миқдори)	— металл ва қоғоз пуллар, талаб қилинганда бериладиган омонатлар, чек қурнишидаги омонатлар, шунингдек (пул таклифининг бир оз кенг маънодаги таърифларида) муддатли омонатлар, депозитлар ва ҳоказолар.
Р	
Рақобат	— мустақил товар ишлаб чиқарувчилар (корхоналар) уртасидаги товарларни қу-

лай шароитда ишлаб чиқариш ва яхши фойда келтирадиган нархда сотиш; умуман бозор иқтисодиётида уз мавқеини мустаҳкамлаш учун кураш. Рақобат демонополизацияни талаб қилади (қаралсин — монополия), узаро беллаша оладиган купгина корхоналар булишини тақозо этади. Рақобатнинг асосий соҳаси бозор. Рақобат фақат сотувчилар эмас, балки харидорлар уртасида ҳам юз беради. Корхоналар керакли восита, хом-ашё, материаллар сотиб олиш, иш кучини ёллаш учун ҳам курашадилар. Уз миқсига қараб рақобат икки турга булинади: бир тармоқдаги, яъни бир хил товарлар ишлаб чиқарувчилар кураши; турли тармоқдаги корхоналар кураши.

Реклама

— товар ёки курсатиладиган хизмат турисидаги тижорат мақсадида истеъмолчи қизиқишини уйғотишга йўналтирилган ахборот; талабни кўпайтириш мақсадларида харидорларга товарларнинг хоссалари, афзалликлари ва сотиб олиш шартларини ётказиш ва ошкор этиш. Бозор иқтисодиёти шароитида реклама хизматларини аҳамияти кучайиб, муомала харажатида реклама харажатларининг ҳиссаси ортиб боради.

Рентабеллик

— тармоқ ёки корхоналарнинг фойда олиб ишлаши; фойда олиш даражасини курсатади. Фоиз ҳисобида ифодаланади. Ишлаб чиқариш рентабеллиги маълум давр (ой, квартал, йил) да қўлга киритилган фойда миқдорини шу вақтда фойдаланилган йиллик асосий ишлаб чиқариш фондлари ва оборот воситалари қиймати йиғиндисига ёки маҳсулотни ишлаб чиқариш, сотиш харажатларининг таннархига нисбати сифатида ҳисобланади.

Ресурс

— пул маблағлари, қимматбаҳо нарсалар, заҳиралар, имкониятлар, маблағлар ва даромадлар (табiiй, иқтисодiiй, молиявий) манбалари.

Савдо кредити	— корхоналарнинг бир-бирларига товар куринишдаги қарз бериши. Бунда берилган товарлар пулларини муайян муддатга кечиктириб тулаш кузда тутилади. Одатда, савдо кредитининг фоизи, банк кредити фоизидан паст булади.
Солиқлар	— давлат томонидан юридик ва жисмоний шахслар (аҳоли, корхона ва ташкилотлар)нинг даромади еки мулкидан мажбурий ундириладиган туловлар.
Соф фойда	— солиқ ва барча туловлар тулангандан кейинги қолган ялпи фойда миқдори.
Ссуда	— моддий бойликлар гарови ҳисобига фоиз олиш шарти билан муайян муддатта бериладиган қарз. Аксарият банклар корхонанинг мақсадлари буйича, яъни муайян мақсадлари молиялаш учун мақсадли ссуда беради. Қисқа (1 йилгача) ва узоқ (бир неча йилга) муддатли ссудалар бор.
Статистика	— ижтимоий ҳодисаларнинг миқдорий томонларини уларнинг сифат томонлари билан узвий равишда боғланган ҳолда урганувчи фан.
Счёт (ҳисоб)	— пул маблағларининг муайян бир йўналиш буйича ҳаракатини ифодаловчи (баён қилувчи) бухгалтерия ҳисобининг езувлар мажмуаси. Счётда бухгалтерия балансининг бир ёки бир-бирларига яқин бир нечта моддалари бирлаштирилиб, ҳисоб-китоб қилинади. Счёт жалвал куринишида булиб, у икки қисмга булинади: чап томони дебёт, унг томони эса кредит. Актив моддаларни ҳисоблашга муҳалланган счётлар актив счётлар ва пассив моддаларга тааллуқли счётлар эса пассив счётлар дейилади. Актив счётлар дебетида маблағларнинг купайишига, кредитида эса камайишига олиб келувчи операциялар курсатилса, пассив счётларида бунинг тескараси булади.
Счёт сальдоси	— актив счётлардаги дебёт билан кредит ва пассив счётлардаги кредит билан дебёт уртасидаги фарқ (еки қолдиқ).

Актив счётада сальдо ҳар доим унинг дебетиди (дебетли сальдо) бўлса, пасив счётада унинг кредитиди (кредитли сальдо) бўлади.

Т

Таклиф	— ишлаб чиқарувчилар бозорда сотишга тайёрлаган (чиқарган), муайян нархларга эга товарлар ва хизматлар миқдори.
Таклиф миқдори	— ишлаб чиқарувчи (сотувчи) муайян вақтда, муайян жойда ва муайян нархда сотишни хоҳлайдиган ва сотиши мумкин бўлган товар ва хизматлар миқдори.
Таклиф қонуни	— «товар нархи усиши билан унинг таклифининг миқдори усади» — деб айтилувчи тасдиқ.
Таклиф чизиги	— таклиф миқдорининг товар нархига боғлиқлигининг графиги. Таклиф қонунининг графиги изоҳланиши.
Талаб	— туловга қобил эҳтиёж; бозорга чиққан ва керакли миқдордаги пул билан таъминланган эҳтиёжни ифодалайди. Талаб эҳтиёждан келиб чиқади, харидга ажратилган пул шаклида ифода этилади.
Талаб миқдори	— истёмолчи муайян вақтда, муайян жойда ва муайян нарх буйича сотиб олишни хоҳлайдиган ва сотиб олиши мумкин бўлган товар ва хизматлар миқдори.
Талаб қонуни	— «товар нархи усиши билан унга бўлган талаб миқдори пасаяди» — деб айтилувчи тасдиқ.
Талаб чизиги	— товарга бўлган талаб миқдорининг унинг нархига боғлиқлиги графиги.
Талабнинг эгилувчанлиги	— нарх узгариши таъсири остида талаб миқдорининг уз қийматини узгартира олиш қобилияти. — талабга эга маҳсулотнинг сотилиши ҳажми нисбий узгаришининг, унинг нархининг нисбий узгаришига нисбати. Қуйидаги

$$E = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} : \frac{P_1 - P_2}{P_1}$$

	<p>формула билан ҳисобланади. бу ерда: E — эгилувчанлик коэффиценти; Q_1 ва Q_2 — мос равишда бошлангич ва охириги маҳсулот ҳажми; P_1 ва P_2 — маҳсулот мос равишда бошлангич ва охириги нархи.</p>
Талаб ва таклифнинг нархсиз детерминант (аниқловчи)лари	— муайян товар учун талаб ва таклифнинг узгаришига сабаб бўлувчи, нархдан ташқари омиллар. Талаб учун бундай аниқловчиларга, масалан, мода, мавсум ёки истеъмолчилар даромадларининг уртача курсаткичи киради, таклиф учун эса — умумий харажатлар.
Таннарх	— маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотишга сарфланган барча харажатларнинг пулдаги ифодаси.
Тармоқ	— жараёнларнинг махсус булимларга ажратилиши, масалан, «қишлоқ хужалиги», «енгил саноат», «огир саноат» ва ҳоказо.
Таъсис шартномаси	— фирмани таъсис этувчиларнинг узаро муносабатларини аниқловчи ҳужжат.
Тижорат банки	— саноат ва савдони қисқа муддатга кредитлашга ва, шунингдек, хусусий мижозларга ҳар хил қуринишдаги банк хизматлари (жорий ҳисоб олиб бориш, ҳар хил заёмлар бериш ва ҳоказолар) курсатишга мутахассислашган банк.
Товар	— бозорда олди-сотди орқали айирбошланадиган меҳнат маҳсули. Товар шундай маҳсулотки, у узини ишлаб чиқарувчиларнинг эмас, балки бошқаларнинг талаб-эҳтиёжини қондириш учун яратилади. Шу сабабли у айирбошланади. Товар моддий шаклдаги маҳсулот бўлиши шарт эмас, хизматлар ҳам товар шаклига киради. Турли моддий шаклдаги ақлий меҳнат маҳсули, илмий-техникавий гоёлар ва ишланмалар, номоддий шаклдаги хизматлар (даволаш, ўқитиш, музика, рақс ижро этиш, қушиқ куйлаш кабилар) ҳар хил қийматли қоғозлар (акция, облигация, сертификат, валюта) ҳам товар бўлади. Товар бозорда пул воситасида айирбошланади.
Товар белгиси (марка)	— муайян фирма товарларига қуйиладиган ва уни бошқа фирмалар маҳсу-

Тулов баланси	лотларидан фарқловчи белги. Товар белгиси фақат айрим фирмага қарашли бўлади, уни бошқалар уз товарига қўя олмайди.
Тугри солиқ	— мамлакатнинг барча ташқи иқтисодий операцияларини акс эттирувчи молиявий ҳужжат. — мулк ва даромадларга бевосита жорий қилинадиган солиқлар.

У

Умумий харажатлар	— корхонанинг маҳсулот ишлаб чиқариш учун сарфлаган барча харажатлари йиғиндиси.
Устав капитали	— фирмани барпо этиш туғрисидаги шартнома ски низомда белгиланган маблаглар (капитал) миқдори.

Ф

Фирма устави	— фирмани барпо этиш мақсадлари ва унинг жамоатчилик билан узаро муносабатларини аниқловчи ҳужжат.
Фирма шахобчаси	— Йирик фирма таркибий қисми бўлиб, турли жойларда иш юритади. Мазкур корхона мустақил бўлмайди, бош фирманинг бир қисми ҳисобланади.
Фискал сиёсат	— даромад ва харажатларни тартибга солиш борасида давлат томонидан қуриладиган чора-тадбирлар.
Фойда	— корхонанинг даромади ва умумий харажатлари орасидаги мусбат айирма.
«Форворд» битими	— маълум муддатда етказиб бериш мажбурияти билан нақд товар олишга келишиш.
«Фьючерс» битими	— ҳали ишлаб чиқарилмаган товарлар намунаси буйича тузиладиган битим фьючерс битими шартномаси маклерлар томонидан куп марта олиб сотилади.

Х

Холдинг компания	— бошқа банклар, фирмаларни назорат қилиш ва фаолиятини бошқариш мақсадларида уларнинг акциялари назорат пакетига эгаллик қилувчи компания.
------------------	---

Хусусийлаштириш

— давлат мулкани хусусий мулкка айлантириш. Хусусийлаштириш давлат мулки монополиясини тугатиш. эркин соҳибкорлик ташаббусига йул очиш, бозор иқтисодиётини рағбатлантириш мақсадида амалга оширилади. Хусусийлаштириш орқали давлат мулки фуқароларга берилиб, ҳар бир киши миллий бойликдаги уз ҳиссасига эга булади. Хусусийлаштириш давлат мулкани инвестиция этишдан, яъни янгидан уни ҳисоб-китоб қилиб, унинг ҳақиқий қиймати миқдорини аниқлашдан бошланади. Уни утказиш учун махсус органлар ташкил этилади. Хусусийлаштириш учун ажратилган давлат мол-мулкнинг рўйхати тузилади, давлат мулкани сотиб олиш (бериш) шарт-шароити аниқланади.

Хусусий фирма

— айрим шахслар ёки оилаларга қарашли ташкилот булиб, даромад олиш мақсадида мустақил ҳужалик фаолият юрғазади. Бундай корхоналар асосан қишлоқ ҳужалиги ва кичик бизнес доирасида кенг иш юритадилар.

Ш

Шахсий мулк

— фуқароларнинг шахсий эҳтиёжларини қондиришга хизмат қилувчи мулк. Шахсий мулк субъекти айрим фуқаролар, унинг объекти эса истеъмол буюмлари, турар жой ва бошқалар, умуман, шахсий эҳтиёжни қондиришга хизмат қиладиган воситалардир. Шахсий мулк ишлаб топилган даромад, меросга олинган ёки инъом сифатида олинган мол-мулк ҳисобидан, иш ҳақи, нафақа, стипендия, томорқа ҳужалигидан тушган даромад, акциядан келган дивиденд, лоторея ва заём ютуқлари эвазига қупайиб боради. Шахсий мулк объектлари эҳтиёжни қондириш доирасидан чиқиб, даромад топиш йулида ишлатилса, хусусий мулкка айланиб кетиши мумкин.

Ширкат

— икки ёки ундан ортиқ иштирокчилар маблағлари асосида ташкил қилинган фирма.

Э

Эксперт	— махсус билимга эга бўлиб, корхона, ташкилот ёки давлат органлари томонидан экспертиза (масалан, бухгалтерия, патент экспертизаси) утказишга таклиф қилинадиган шахс.
Экспорт	— товарлар, хизматлар ва технологияларни ташқи бозорда реализация қилиш (сотиш) учун олиб чиқиш.
Эмиссия	— муомалага банк билетлари, хазина билетлари, қоғоз пуллар ва қимматбаҳо қоғозлар чиқариш.
Эффективлик	— ҳар хил қуринишдаги иқтисод ресурслари ёки ресурслар мажмуи билан иқтисодий фаолият амалий натижалари нисбатини акс эттирувчи иқтисодий категория.

Ю

Юридик шахс	— турли мулкчиликка асосланган, мустақил иш юритувчи, қонунга қура фуқаролик ҳуқуқлари ва мажбуриятлари субъекти бўлган корхона, ташкилот, муассаса. Уз номидан мулккий ҳамда номулкий ҳуқуқни олиш ва мажбуриятларни бажариш, суд, арбитраж ва ҳакамлар судида даъвогар бўлиш мумкин. Банкда уз ҳисоб варақасига эга, мустақил баланс юритади.
-------------	---

Я

Ялпи ички маҳсулот (ЯИМ)	— бир йилда мамлакат территориясида ишлаб чиқарилган барча тайёр (охирги истеъмолга жунатилган) товарлар ва хизматларнинг умумий бозор баҳоси.
Ялпи миллий маҳсулот (ЯММ)	— ялпи ички маҳсулотдан мамлакат территориясида бошқа давлатлар ресурслари ҳисобига ишлаб чиқарилган барча тайёр товар ва хизматлар умумий бозор баҳосини айириб, унга чет элларда мамлакат ресурслари ҳисобига ишлаб чиқарилган барча тайёр товар ва хизматлар умумий бозор баҳосини қушиш натижаси.

У

- Узгарувчан харажатлар** — корхонада ишлаб чиқариш ҳажмининг усиши (камайиши) билан купайиб (камайиб) турувчи ишлаб чиқариш харажатлари.
- Уртача умумий харажатлар** — маҳсулот бирлигига ҳисобланган умумий харажатлар, яъни умумий харажатларнинг маҳсулот чиқариш ҳажмига нисбати.
- Уртача узгарувчан харажатлар** — маҳсулот бирлигига мос келувчи узгарувчан харажатлар, яъни узгарувчан харажатларнинг маҳсулот чиқариш ҳажмига нисбати.
- Уртача доимий харажатлар** — маҳсулот бирлигига сарфланган доимий харажатлар, яъни доимий харажатларнинг маҳсулот чиқариш ҳажмига нисбати.
- Усиб борувчи харажатлар самараси** — олиш осон бўлмаган ва кам муносиб ресурслардан фойдаланиш зарурияти натижасида мамлакат ихтисослашган маҳсулотни ишлаб чиқаришни купайтирганда уртача умумий харажатларнинг усиши.

Ҳ

- «Ҳукиз» (ингл «bull» рус. «бык»)** — товар ёки қимматбаҳо қоғозларни нарх кутарилишини кутиб сотиб олиб тушлаб қўядиган ишбилармон. Бу ибора нарх кутарилади деб ҳисоблайдиган одамлар учун ҳам ишлатилади.

ТАВСИЯ ҚИЛИНАДИГАН АДАБИЁТЛАР

1. *И. А. Каримов. Узбекистон келажаги буюк давлат.* Тошкент, 1992.
2. *И. А. Каримов. Узбекистоннинг уз истиқлол ва тараққиёт йули.* Тошкент, 1992.
3. *И. А. Каримов. Узбекистон — бозор муносабатларига утишининг узига хос йули.* Тошкент, «Узбекистон», 1993.
4. *И. А. Каримов. Юксак малакали мутахассислар тараққиёт омили.* Тошкент, «Узбекистон», 1995.
5. *И. А. Каримов. Узбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йулида.* Тошкент, «Узбекистон», 1995.
6. *И. А. Каримов. Узбекистон миллий истиқлол, иқтисод, сие-сат, мафкура.* 4 томлик. Тошкент, «Узбекистон», 1996.
7. *Н. Бекнозов, Ю. Йулдошев, Ю. Юсупов, И. Пугач, Т. Абдуллахонов. Бозор иқтисодиети назарияси.* «Университет», 1993.
8. Кэмпбелл Р. Макконел, Стэнли Л. Брю. Экономика: Принципы, проблемы и политика. В 2т.: Пер. с англ. Таллин, 1993.
9. А. В. Мунтян, И. М. Оконникова, Е. А. Пантелеева. Начало экономики: Микроэкономика, макроэкономика. В 2 т.: Ижевск, «Странник», 1994.
10. *П. Носиров, Ш. Абдуллаева. Бозор иқтисодиети асослари.* Тошкент, «Узбекистон», 1994.
11. *Роберт Хизрич, Майкл Питерс. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха.* В 5т.: Пер. с англ. Москва, «Прогресс-Универс», 1992.
12. *П. Самуэльсон. «Экономика».* В 2т.: Пер. с англ. М., МГП «АЛГОН»: ВНИИСИ, 1992.
13. *С. Фишер, Р. Дорнбушш, Р. Шмалеизи. Экономика:* Пер. с англ. Москва, «Дело Лтд», 1995.
14. *В. А. Чжен. Основы приватизации.* Тошкент, ИПК «Шарқ», 1996.
15. *Эргашвой Сариқов, Машрабжон Маматов. «Иқтисодиёт ва ҳисобот» журнали, 7 номер 48-49-бетлар.* Тошкент шаҳри, 1996.
16. *Эргашвой Сариқов, Машрабжон Маматов. Бозор муносабатлариде талаб ва таклиф қонуни.* Академик С. Х. Сирождидинов хотирасига бағишланган конференциянинг мақолалар туплами. Қибрай, 1996.
17. *Эргашвой Сариқов, Машрабжон Маматов. «Давр овози» (Тошкент вилояти Қибрай тумани) газетасида 1996 йил, сентябрь, октябрь, ноябрь ойларида чоп этилган «Иқтисодиёт ва бизнес асослари» номли лекциялар туплами.*

18. Язык бизнеса: термины. Авторский коллектив: *Ш. Р. Гафуров, В. И. Гутнин, С. Н. Аманов*. Под общей редакцией доктора экономических наук В. А. Чжена. ИПК «Шарк» по заказу «Бизнес Каталог», 1995.

19. *А. Улмасов, М. Шарифхужаев*. Иқтисодиёт назарияси. Тошкент, «Меҳнат», 1995.

20. *А. Улмасов, Н. Тухлиев*. Бозор иқтисодиёти. Тошкент, «Қомуслар бош таҳририяти», 1991.

21. *Ж. Жалолов*. Бозор иқтисодиёти: Туркия моделининг сири. Тошкент, «Адолат», 1994.

22. *Н. Тухлиев*. Ўзбекистон иқтисодиёти. Тошкент, «Ўқитувчи», 1994.

23. *Н. Тухлиев, А. Улмасов*. Ишбилармонлар лугати. Тошкент, «Қомуслар бош таҳририяти», 1993.

М У Н Д А Р И Ж А

С а з м а с и

1-б о б. Иқтисодиёт билан танишув

1.1. Эҳтиёж ва ресурслар	6
1.2. Товар нима?	9
1.3. Товарнинг ҳаракат босқичлари	10
1.4. Иқтисодиёт сузининг ички маъноси	13
1.5. Тармоқлар ва корхона фаолияти	14
1.6. Иқтисодиётда пул	16
1.7. Микро- ва макроиқтисодиёт	17
Хулоса	19
Маъруза ва рефератлар	19
Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар	20

2-б о б. Бозор

2.1. Бозор тушунчаси ва унинг турлари	22
2.2. Бозордаги айирбошлаш. Нархлар	23
2.3. Рақобат	25
2.4. Талаб ва таклиф	26
2.5. Бозор иқтисодиёти моҳияти	29
Хулоса	31
Маъруза ва рефератлар	31
Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар	32

3-б о б. Мулк ва хусусийлаштириш

3.1. Мулк қандай қилиб пайдо бўлди ва ривожланди	34
3.2. Мулк нима ва у нима учун керак?	36
3.3. Мулк объекти ва субъекти	38
3.4. Мулк шакллари	41
3.5. Мулк муносабатлари	44
3.6. Мулк ва эксплуатация	47
3.7. Хусусийлаштириш ҳақида	49
Хулоса	50
Маъруза ва рефератлар	50
Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар	50

4 - б о б. Бизнес тadbиркордан бошланади

4.1. Ким тadbиркор була олади?	52
4.2. Бизнесга кириш	54

4.3. Тадбиркорлик нимадан бошланади?	55
4.4. Фирмаларнинг устави ва таъсис шартномаси	57
4.5. Фирма ва тадбиркорликнинг бизнесдаги урни	59
4.6. Хусусий фирма ва ширкат	61
4.7. Акционерлик (пайчилик) жамияти	63
4.8. Давлат ва муниципал фирмалар. Фирмалар шахобчаси ва бирлашмалар	65
4.9. Корхоналарнинг улчамлари ва маҳсулотларига қараб фарқлари	66
4.10. Фирмаларнинг бизнес тизимидаги урни	67
4.11. Фирмага жой танлашда қандай омилларга эътибор бериш керак?	69
4.12. Технология қандай бўлиши керак?	71
4.13. Фирма фаолиятининг иқтисодий таҳлили	73
4.14. Самарадорлик ва рентабеллик тушунчалари билан аслабки танишув	76
Хулоса	77
Маъруза ва рефератлар	77
Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар	79

5-б о б. Менежмент

5.1. Бошқарув ва унинг элементлари	82
5.2. Менежмент ва менежерлар	84
5.3. Менежер нимани кулайди?	85
5.4. Бизнесда мақсадларни туғри ва аниқ қўя билиш керак	87
5.5. Ишлаб чиқариш дастури ва календар асосида режалаштириш	89
5.6. Тармоқли режалаштириш	92
5.7. Молиявий режа	93
5.8. Менежернинг нозирлик роли	95
5.9. Фирманинг ташкилий тизими	97
5.10. Фирмани бошқаришда муҳим роль ўйнайдиган омиллар	100
5.11. Фирмада менежер ва ижрочилар уртасидаги муносабатлар	102
5.12. Талабни олдиндан айтиш — бизнесдаги муваффақият гаровидир	104
5.13. Олдиндан айтишнинг усуллари	106
Хулоса	109
Маъруза ва рефератлар	109
Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар	109

6-б о б. Фирма маблағлари, бухгалтерия ҳисоби ва таҳлил

6.1. Айирбошлаш занжири ва маблағлар	112
6.2. Соф фойда — бизнесни маблағ билан таъминлашнинг асосий ички манбаи	113

6.3. Частиро қўшилган маблағлар фонди	115
6.4. Банк кредити	117
6.5. Савдо кредити ва давлат ёрдами	119
6.6. Ҳаётимизда битимларнинг урни	121
6.7. Бизнесда ҳисоб-китоб	122
6.8. Самарадорлик ва рентабеллик	125
6.9. Барқарорлик ва тулашга қодирлик	127
Хулоса	129
Маъруза ва рефератлар	129
Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар	129

7-б о б. Бизнесменлар (инсон омили)

7.1. Бизнесмен ва унинг жамоаси	132
7.2. Яна бир бор эҳтиёжлар ҳусусида	134
7.3. Жамоанинг ички қуриниши	136
7.4. Раҳбар ва ходим	137
7.5. Жамоа раҳбари	139
7.6. Раҳбарлик услублари	141
7.7. Раҳбар уз қўл остидагиларни унумли ишлатишининг во- ситалари	143
7.8. Мукофотлаш — меҳнатта қизиқтиришнинг муҳим оми- лидир	146
7.9. Мукофотлашга лойиқ ходимнинг образи ва уни муко- фотлаш усуллари	148
7.10. Меҳнатга ҳақ тулаш	151
Хулоса	152
Маъруза ва рефератлар	153
Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар	154

8-б о б. Маркетинг

8.1. Маркетинг нима?	156
8.2. Маркетинг тизимининг асосий боқичлари	158
8.3. Харидор хатти-ҳаракатига таъсир этувчи омиллар	160
8.4. Харидор бозорда	162
8.5. Маркетинг мутахассислари тадбирлари тўғрисида	165
8.6. Анкета ва интервьюлар орқали олинган маълумот- лардан фойдаланиш	167
8.7. Истеъмолчи талабларининг маркетингга таъсири	169
8.8. Нархнинг қуйи ва юқори чегараси	173
8.9. Тақсимлаш каналлари	176
8.10. Арзонлаштирилган нарх, мижозларни мукофотлаш ва реклама	179
8.11. Рекламани уюштириш	181
Хулоса	183
Маъруза ва рефератлар	183
Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар	184

9-б о б. Иқтисодиётта давлатнинг таъсири

9.1. Иқтисодиётта давлат томонидан таъсир курсатишнинг тарихий негизлари	186
9.2. Давлатнинг иқтисодиётни тартибга солиш буйича чоратadbирлари	187
9.3. Давлатнинг даромадлари ва харажатлари	189
9.4. Давлат банки ва тижорат банкларининг давлат пул-кредит сиёсатидаги урни	192
9.5. Банкларнинг маблағлари. Кредит экспансияси	194
9.6. Солиқларнинг турлари, уларнинг тупланиши ва сарфланиши	197
9.7. Монополиялар ва олигополия. Антимонопол қонунчилиқ	200
9.8. Тадбиркорликка кумаклашиш	202
9.9. Тулов баланси. Валюта курси	204
9.10. Экспорт ва импорт поштиналари ва квоталари	207
Хулоса	208
Маъруза ва рефератлар	208
Сиз шу бобда танишган янги тушунчалар	208
Л у г а т	210
Тавсия қилинадиган адабиётлар	232

ЭРГАШВОЙ САРИҚОВ, МАШРАБЖОН МАМАТОВ

ИҚТИСОДИЁТ ВА БИЗНЕС АСОСЛАРИ

Ўқув қўлланма

«Шарқ» нашриёт-матбаа концернининг
Бош таҳририяти
Тошкент — 1997

Мухаррир *К. Шайхова*
Бадий муҳаррир *М. Самойлов*
Техник муҳаррир *Д. Габдрахманова*
Мусаҳҳиҳа — *Н. Муҳамедиева*

Теринга берилди 23.01.97. Босишга рухсат этилди 10.03.97. Бичими 84x108¹/₃₂. Таймс гарнитураси. Офсет босма. Шартли босма табоги 12,6. Нашриет ҳисоб табоги 10,3. Адади 480000 дона. Буюртма 916.

«Шарқ» нашриёт-матбаа концернининг босмаҳонаси,
700083.
Тошкент, «Буюк Турон» кучаси, 41-уй.

И 37

Иқтисодиёт ва бизнес асослари: Урта умумтаълим мактабларининг 9—11-синфлари учун ўқув-қўлланма (Э. Сариқов, М. Маматов). — Т.: Шарқ, 1997, 240 б.

1. Автордош.