

TILLYAXODJAYEV AZIZXON ALOXONOVICH

SPORTDA TADBIRKORLIK FAOLIYATI

O'quv qo'llanma



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI SPORT VAZIRLIGI

**O'ZBEKISTON DAVLAT JISMONIY TARBIYA VA
SPORT UNIVERSITETI**

TILLYAXODJAYEV AZIZXON ALOXONOVICH

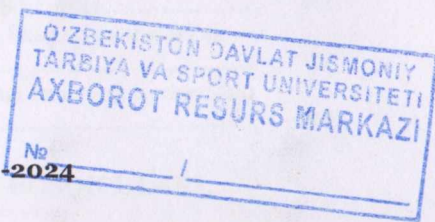
SPORTDA TADBIRKORLIK FAOLIYATI

O'quv qo'llanma

O'zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universitetining
2023-yil 10 iyun dagi 222/ICC sonli buyrug'iga asosan
5230400 - Marketing (sport) va 5610800 – Jismoniy tarbiya va sport menejmenti
ta'lim yo'nalishi talabarlari uchun o'quv qo'llanma sifatida tavsiya etilgan

Ro'yxatga olish raqami O'Q-0000074

TOSHKENT
"MAKON SAVDO PRINT"



UO'K: 796:330(075)

KBK 75.1

T 49

Tillyaxodjayev A.A « Sportda tadbirkorlik faoliyati »

[O'quv qo'llanma]. - .: T- "MAKON SAVDO PRINT" 2024. -246 bet

Taqrizchilar:

Ziyadullayev K.Sh. – O'zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universiteti, Sport menejmenti va iqtisodiyot kafedrası mudiri, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent.

Akbarov N.G'. – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Raqamli iqtisodiyot fakulteti dekani, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent.

Annotatsiya

Ushbu o'quv qo'llanmada jismoniy tarbiya va sport sohasida tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish, shuningdek, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni boshqarish bilan bog'liq masalalar ko'rib chiqiladi. Tadbirkorlik istiqbollari, sport tijorat va sport biznesini yaratish va rivojlantirish asoslari to'g'risidagi materiallar keltirilgan.

"Sportda tadbirkorlik faoliyati" o'quv qo'llanmasi 5230400 - Marketing (sport) va 5610800 – Jismoniy tarbiya va sport menejmenti ta'lim yo'nalishlari bo'yicha tahsil olayotgan talabalarga mo'ljallangan.

UO'K: 796:330(075)

KBK 75.1

ISBN ISBN 978-9943-9080-0-0

©Tillyaxodjayev A.A. 2024

© "MAKON SAVDO PRINT" 2024

Mundarija

KIRISH.....	3
I “SPORTDA TADBIRKORLIK FAOLIYATI”	
bob. FANINING PREDMETI, MAQSAD VA VAZIFALARI.....	7
1.1. Kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalari, ularning mohiyati va mazmuni.....	7
1.2. Kichik biznes va tadbirkorlik muhiti va unga ta’sir etuvchi omillar.....	13
1.3. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsadi va vazifalari	15
II	
bob. TADBIRKORLIKNING RIVOJLANISH TARIXI...	19
2.1. Tadbirkorlikning mohiyati va iqtisodiyotni barqarorlashtirishdagi o’rni.....	19
2.2. Tadbirkorlikni rivojlanish bosqichlari va uni xos xususiyatlar.....	23
III	
bob. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TURLARI.....	27
3.1. Tadbirkorlik faoliyatining turlari	27
3.2. Tadbirkorlik faoliyatining shakllari.....	44
IV	
bob. TADBIRKORLIK VA BIZNES.....	58
4.1. Tadbirkorlik va biznes tushunchalari mazmuni	58
4.2. Tadbirkorlik va biznesning iqtisodiyotda tutgan o’rni	64
V	
bob. NIMA UCHUN AYNAN TADBIRKORLIK?.....	67
5.1. Biznesda tadbirkorlik foydasini anglash	67
5.2. Tadbirkorlikning jamiyat uchun ahamiyati.....	16
5.3. Tadbirkorlikda o’z-o’zini band qilish.	83
VI	
bob. SPORTDA BIZNES G’OYA–BIZNESNI ASOSI.....	94
6.1. Biznes reja maqsadi, vazifasi va uni tuzish xususiyatlari .	94
6.2. Biznes reja tuzilishi va uni amalda qo’llash jarayoni	105
VII SPORTDA BIZNESNI TASHKIL ETISHNING	
bob. TASHKILIY-HUQUQIY SHAKLLARI.....	117
7.1. Kichik biznesni rivojlantirishning huquqiy asoslari va tashkiliy huquqiy shakllari.....	117
7.2. Kichik biznesni boshqarish usullari va uning tomonidan qo’llab-quvvatlash	124
VIII BIZNESNI YO’LGA QO’YISH BOSQICHLARI,	

bob.	TEXNIK-IQTISODIY ASOSLASH.....	131
8.1.	Biznes reja, ishning boshlanishi.....	131
8.2.	Texnik-iqtisodiy asosnoma	136
8.3.	O'z ishini tuzish bosqichlari	137
IX	BIZNESNI BOSHQARISH VA	
bob.	MOLIYALASHTIRISH.....	145
9.1.	Biznesni boshqarish	145
9.2.	Biznesni moliyalashtirish	153
X	BIZNESNI MOLIYAVIY REJALASHTIRISH VA	
bob.	SUG'URTA.....	161
10.1.	Moliyaviy rejalashtirish	161
10.2.	Daromad va xarajatlar rejasi.....	162
10.3.	Buxgalteriya hisobi	164
XI	TADBIRKORLIK SUB'EKTLARINI SOLIQQA	
bob.	TORTISH ASOSLARI.....	171
11.1.	Soliqlarning iqtisodiy mohiyati va amal qilish xususiyatlari.....	171
11.2.	Soliqlarning funksiyalari, vazifalari va tamoyillari.....	180
11.3.	O'zbekiston Respublikasi soliq tizimi va uning tarkibiy tuzilishi.....	193
11.4.	Yuridik va jismoniy shaxslarni soliqqa tortish tartibi.....	205
XII		
bob.	TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA MARKETING....	217
12.1.	Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketingning ahamiyati.....	217
12.2.	Tadbirkorlik faoliyatida bozor segmentasiyasining mohiyati va ahamiyati.....	221
12.3.	Marketing tadqiqotlarining maqsadi va vazifalari.....	226
12.4.	Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati uchun marketing dasturini ishlab chiqish.....	228
	GLOSSARIY.....	233
	Test savollari.....	240
	Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.....	245

KIRISH

Jahon tajribasi va mahalliy mutaxassislarning tadqiqotlari shuni ko'rsatadiki, bozor iqtisodiyoti sharoitida mamlakat va umuman jamiyat rivojlanishining natijalari va samaradorligi xususiy mulkning turli tashkiliy-huquqiy shakllari va turlari korxonalarini yaratish va rivojlantirish bilan belgilanadi.

Tadbirkorlik xo'jalik yurituvchi sub'yektlarning munosabatlarini namoyon yetishning aniq shakllaridan biridir, chunki u jamiyatning moddiy va ma'naviy salohiyatini oshirishga yordam beradi. Tadbirkorlik faoliyat yo'nalishlari va usullarini, shu jumladan jismoniy madaniyat va dam olishni tanlashda erkinlik bilan tavsiflanadi. Mutaxassisning rahbarligi ostida maxsus yaratilgan sharoitlarda sog'liqni saqlash, estetik va boshqa sub'yektiv maqsadlar bilan aholining jismoniy faoliyatga bo'lgan ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan bunday tadbirkorlik faoliyati bir qator dolzarb vazifalarni hal qiladi:

- iqtisodiyotning tarmoq tuzilmasini o'zgartiruvchi;
- yangi ish o'rinlari tashkil yetish;
- iste'mol bozorini kengaytirish;
- mahalliy resurslardan foydalanish;
- xodimlar va xizmatlar iste'molchilarining faoliyati va javobgarligi uchun shart-sharoitlar yaratish;
- madaniy va texnik darajasini oshirish;
- jamiyatda sog'lom turmush tarzini yaratish;
- sog'liqni saqlashni shakllantirish va targ'ibot ishlari orqali hayot sifatini yaxshilash;
- jamiyatdagi ijtimoiy keskinlikni kamaytirish.

Shunday qilib, jismoniy tarbiya va sport sohasidagi tadbirkorlik iqtisodiyotda ham, standart, innovasion yondashuvlar va yechimlarni joriy yetadigan, o'rta sinfni shakllantirish va mustahkamlashga hissa qo'shadigan, shuningdek, tadbirkorlik va davlat tuzilmalari o'rtasidagi o'zaro munosabatlar masalalarida alohida o'rin tutadi. Shubhasiz, tadbirkorlik faoliyatining shaxsning, ayniqsa yosh avlodning bir qator ijobiy xususiyatlarini, qadriyat yo'nalishlarini shakllantirishga ta'siri.

Ammo shuni unutmashimiz kerakki, har qanday biznesning asosi nafaqat iqtisodiy va boshqaruv vazifalari, balki ularning yechimlarini doimiy izlashdir. Shu sababli, yosh

tadbirkorga biznesni yuritishning zamonaviy iqtisodiy modellari va usullarini mustaqil ravishda ishlab chiqish va qo'llashda yordam berish, raqobat sharoitida tashkilotni boshqarishning murakkab muammolarini tahlil qilish va hal qilish, dinamik o'zgaruvchan muhitda biznesning barqaror, uzoq muddatli va samarali rivojlanishini ta'minlash juda muhimdir.

Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi tadbirkorlik nafaqat iqtisodiy funksiyalarni bajaradi, balki hayotning barcha sohaları bilan chambarchas bog'liqdir, uning holati va rivojlanish tendensiyalarini bilish, jamiyatning boshqa tarkibiy elementlari bilan bog'liqlik va bog'liqlikni aniqlash ushbu yo'ldagi asosiy muammolarni aniqroq va aniqroq ko'rishga imkon beradi.

So'nggi yillarda butun dunyoda rivojlangan beqaror ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarda tadbirkorlik alohida rol o'ynaydi. Bozor iqtisodiyotini shakllantirishda harakatlantiruvchi kuch bo'lib, u muhim ijtimoiy va iqtisodiy funksiyalarni bajarishga yordam beradi: aholini ijtimoiy himoya qilish darajasini oshirish, iqtisodiy o'sish va ilmiy-texnik taraqqiyotni rag'batlantirish. Jismoniy tarbiya va sport sohasida tadbirkorlik inson faoliyatining eng muhim turlaridan biridir, chunki u nafaqat insonning iqtisodiyotdagi o'rnini shakllantirishda ijodiy ehtiyojlarining namoyon bo'lishini, balki boshqa sohalardagi ehtiyojlarni ro'yobga chiqarishga imkon beradigan shaxsiy daromadlarini ham ta'minlaydi.

Bizning davrimizda ushbu turdagi faoliyat mexanizmlarini tushunish uchun dastlab tadbirkorlik nimaga asoslanganligini tushunish kerak. Shunday qilib, R. Kantillon (1680-1734) uni bashorat qilish masalasi va tavakkal qilish istagi bilan bog'ladi. J. Sey (1767-1832) o'z o'rnini topish zarurligi haqida gapirdi: agar bir sohada aqli faol odam boylikka ega bo'lsa, boshqasida u ham muvaffaqiyasizlikka uchraydi. I. Tyunen (1783-1850) daromad yoki zarar ehtimolini bashorat qilish ishonchsizlik ma'no, tadbirkor "ixtirochi va u o'zining sohasida tadqiqotchi" deb nomlangan¹.

¹ Предприниматель в рыночной экономике. URL: https://spravochnick.ru/ekonomika/modeli_rynochnoy_ekonomiki/predprinimatel_v_rynochnoy_ekonomike/.

1-BOB. “SPORTDA TADBIRKORLIK FAOLIYATI” FANINING PREDMETI, MAQSAD VA VAZIFALARI

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

Bugungi kunda tadbirkorlik faoliyati turli nuqtai nazarlarni tahlil qilgandan so‘ng, quyidagi xulosalar chiqarish mumkin.

Tadbirkorlik faoliyati - bu innovasion tavakkalchilik yondashuviga asoslangan ishlab chiqarish omillarining oqilona kombinasiyasida ifodalangan shaxsning maxsus qobiliyatlarini amalga oshirish. Tadbirkorlik faoliyati talabni takrorlash va shaxs yoki ijtimoiy guruhning, umuman jamiyatning doimiy o‘zgarib turadigan, ortib borayotgan ehtiyojlarini qondirish bilan bog‘liq ishlab chiqarish jarayonining uzluksizligida namoyon bo‘ladi².

Tadbirkorlik - bu foydalanuvchilarning mahsulot va xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojlari va talablarining o‘zgarishini doimiy ravishda izlash, ishlab chiqarish, sotish, marketing, logistika va menejmentni tashkil etish orqali aniqlangan ehtiyojni qondirish, ko‘payish jarayonining har bir bosqichida maksimal mahsulдорlikni ta‘minlaydigan eng yaxshi yangiliklarga yo‘naltirilgan.

Ushbu ta‘rifda iste‘molchi va uning ehtiyojlariga e‘tibor qaratiladi, ularning qondirilishi tadbirkorlik faoliyatini yuqori darajada tashkil etish tufayli maksimal foyda keltirishi mumkin.

Hozirda tadbirkorlikka bir necha tomondan qaralmoqda:

- menejmentning o‘ziga xos uslubi;
- bozor sharoitida faoliyatni tashkil yetish va amalga oshirish jarayoni;
- turli xil bozor ishtirokchilarining o‘zaro ta‘siri;
- kasbiy va ijodiy faoliyatda o‘zini o‘zi anglash usuli;

² Мошкин, И. В. Исследование процессов современного предпринимательства / И. В. Мошкин. Москва: Директ-Медиа, 2014. 342 с.

- aholini o'z-o'zini ish bilan ta'minlash orqali ishsizlikni kamaytirish mexanizmi;

- bozorning ma'lum bir segmentidagi avtonom ishlab chiqarish faoliyati va boshqalar.

Jismoniy tarbiya va sport shashidagi tadbirkorlik faoliyatining maqsadi ijtimoiy ehtiyojlarni maksimal darajada qondirish natijasida foyda olishdir.

Bunga bir qator vazifalarni hal qilish orqali erishish mumkin:

- jismoniy tarbiya va sog'lomlashtirish korxonasining maqbul tashkiliy-huquqiy shaklini tanlash;

- tanlangan yo'nalishni amaliy rivojlantirish;

- bozor holatini o'rganish, shu jumladan talabni o'rganish, shuningdek mavjud va potentsial raqobatchilarning imkoniyatlarini baholash;

- korxonaning likvidligini ta'minlash, ya'ni majburiyatlar bo'yicha to'lovlarni amalga oshirishga imkon beradigan naqd pul va boshqa likvid aktivlarning mavjudligi (xodimlar, yetkazib beruvchilar, kreditorlar);

- tadbirkorning jamiyat oldidagi javobgarligini ta'minlaydigan ekologik va axloqiy va ijtimoiy talablarga rioya qilish.

Hozirda tadbirkorlikka bir necha tomondan qaralmoqda:

- menejmentning o'ziga xos uslubi;

- bozor sharoitida faoliyatni taskil yetish va amalga oshirish jarayoni;

- turli xil bozor ishtirokchilarining ozaro ta'siri;

- kasbiy va ijodiy faoliyatda o'zini o'zi anglash usuli;

- aholini o'z-o'zini ish bilan ta'minlash orqali ishsizlikni kamaytirish mexanizmi;

- bozorning ma'lum bir segmentidagi avtonom ishlab chiqarish faoliyati va boshqalar.

Shunday qilib, tadbirkorlik faoliyati faoliyatning alohida turi bo'lib, u quyidagi xususiyatlar bilan tavsiflanadi:

➤ tadbirkorlik sohasini tanlashdaqobiliyatli fuqarolar va

ularning birlashmalarining mustaqilligi;

➤ o'z qobiliyatlarini ro'yobga chiqarish va boshqalar va jamiyat ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan tashabbus;

➤ tizimli foyda (daromad) qazib olish uchun sozlash;

➤ jismoniy yoki yuridik shaxslarni yuridik asoslarda yakka tartibdagi tadbirkor sifatida ro'yxatga olish;

➤ ma'lum bir vaqt davomida tizimli amalga oshirish;

➤ mavjud analoglarga nisbatan iste'mol qiymati oshgan holda yangi mahsulotlarni yaratish va xizmatlar ko'rsatish;

➤ o'zingizning xavf-xataringiz va o'zingizning mulkiy javobgarligingiz ostida faoliyatni amalga oshirish (tadbirkorlik xavfi - bu sizning kontragentlar oldidagi majburiyatlaringiz tufayli tadbirkorlik faoliyatidan yo'qotish xavfi, ish sharoitidagi o'zgarishlar, tadbirkor, shuningdek kutilayotgan daromad olmaslik xavfi);

➤ mavjud resurslardan samarali foydalanish va iste'molchilar talabini qondirish maqsadida ishlab chiqarish omillarining yangi kombinasiyalarini (xizmatlar, mahsulotlar, texnologiyalar, tashkiliy yondashuvlarni yangilash) izlash va amalga oshirish.

Rivojlangan bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlik (yakka tartibdagi tadbirkorlar, biznes tashkilotlari, biznes tuzilmalarining murakkab birlashmalari to'plami) bir qator funksiyalarni bajaradi:

1) innovasion - innovasion g'oyalarni ishlab chiqarish jarayoniga yordam berish, eksperimental dizayn ishlanmalarini amalga oshirish, zamonaviy tovarlarni yaratish, yangi xizmatlar ko'rsatish va boshqalar;

2) tashkiliy - ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarishning yangi shakllari va usullarini joriy yetish, korxonalarni rivojlantirish strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish, uning raqobatbardoshligini oshirish;

3) resurs - mehnat, moddiy, moliyaviy, intellektual va axborot resurslaridan eng samarali foydalanish;

4) ijtimoiy - jamiyat uchun zarur bo'lgan tovarlar ishlab

chiqarish va xizmatlar ko'rsatish, yangi ish o'rinlari yaratish;

5) shaxsiy – o'z maqsadiga erishish, bajarilgan ishdan qoniqish olish orqali tadbirkorning shaxs sifatida o'zini o'zi anglash.

Ko'rib turganimizdek, jismoniy tarbiya va sport sohasidagi tadbirkorlikning mohiyati uning barcha o'ziga xos funksiyalari uyg'unligida eng har tomonlama namoyon bo'ladi. Biroq, natija ko'p jihatdan tadbirkorlik sub'yektlarining o'ziga, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tizimiga va uni tartibga solishga bog'liq.

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

Qayd etish lozimki, iqtisodiyot fanining asoschilari tadbirkorlik shakliga kam e'tabor berganlar. Tadbirkorlik faoliyati ularning ilmiy-tadqiqot ishlarining tahlil ob'ekti bo'lmagan. Ingliz iqtisodchi olimlari A.Smit (1723-1790 yy.) va D.Rikardo (1772-1823 yy.) iqtisodiyotni o'z-o'zini muvofiqlashtiruvchi mexanizm deb qabul qilganlar. Ushbu mexanizmدا ijodiy tadbirkorlikka o'rin yo'q edi. **“Xalqlar boyliklarining mohiyati va sabablarini tadqiq etish»** (1776 y.) kitobida A.Smit tadbirkor ta'rifiga alohida e'tabor bergan edi. A.Smit fikricha, tadbirkor-kapital egasi. U muayyan tijorat g'oyasini amalga oshirib, daromad olish uchun tavakkalchilik bilan ish boshlaydi, chunki ikapitalni biror-birishga sarflash doimo tavakkalchilik bilan bog'liqdir.

Tadbirkorlikdan olingan daromad, A.Smit fikricha, shaxsiy tavakkalchilik uchun olingan mukofot. Tadbirkor ishlab chiqarishni o'zi rejalashtiradi, tashkil etadi, ishlab chiqarish faoliyati natijalariga egalik qiladi. Bu ishlar, o'z navbatida, bozor tizimi bilan bog'liq. Shu bois A.Smit bizlarni bozor tizimining markaziy mexanizmi—raqobat mexanizmi bilan tanishtiradi. O'z manfaatini ko'zlab yurgan har bir kishi bozorda shu maqsad bilan yurgan kishilarga duch keladi. Natijada, bozordagi har bir harakat qiluvchi sub'ekt raqobatchi taklif qilgan narxlarga rozi bo'ladi. Bunday raqobatda o'xshash tovarlarga me'yordan ortiq narx qo'ygan ishlab chiqaruvchi xaridorniy o'qotishi hech gap emas.

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

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

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

Mashhur amerikalik iqtisodchi Y.SHumpeter (1883-1950 yy.) o'zining “Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi” kitobida, tadbirkorni novator (yangilik bunyod qiluvchi odam) deb ta'riflagan. Olim tadbirkorlik faoliyatini kapitalistik iqtisodiyotning rivojlanishida, iqtisodiy o'sishni ta'minlashda katta rol o'ynaydigan yangiliklarni joriy etishdan iborat, deb biladi: **“Funksiyasi yangi kombinatsiyalarni joriy etishdan iborat bo'lgan xo'jalik sub'ektlarini biz**

tadbirkor deb ataymiz”. Ushbu muammoga iqtisodiyot sohasida Nobel mukofotiga sazovor bo’lgan (1974 y.) ingliz iqtisodchisi Fridrix Fon Xayn (1899-1984 yy.) boshqacha yondashgan. Uning fikricha, tadbirkorlik faoliyat bo’lmasdan, balki yangi iqtisodiy imkoniyatlarni izlab topish, hatti-harakatlarni ta’minlashdir. Olim tadbirkorlikni faoliyat emas, deb talqin etadi.

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

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

Tadbirkorlikni vujudga kelishining uchinchi bosqichi tadbirkorlikning alohida shaxsiy sifatlari: iqtisodiy va ijtimoiy vaziyatnin go’zgarishida to’g’ri yo’l topa bilish qobiliyati, boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishda mustaqillik, boshqaruv qobiliyatlarining to’la namoyon bo’lishi bilan ta’riflanadi. Shunday qilib, tadbirkorlik – bu iqtisodiy faoliyatning alohida turi bo’lib, uning zamirida mustaqil tashabbus, javobgarlik, tadbirkorlik g’oyasiga asoslangan, foyda olishga yo’naltirilgan, maqsadga muvofiq faoliyat yotadi.

“Tadbirkorlik” tushunchasi tadbirkorning ensiklopedik lug’atida quyidagicha ta’riflanadi:

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

1.2. Kichik biznes va tadbirkorlik muhiti va unga ta'sir etuvchi omillar

Har qanday tadbirkorlik ma'lum bir hududda: mamlakat, viloyat, shahar yoki qishloq miqyosida olib boriladi. Tadbirkorlik faoliyatini samarali olib borish uchun ma'lum bir ishchi muhiti bo'lish ikerak.

Bunday muhit ayrim hududlar miqyosida mujassamlanib, o'zida ishbilarmonlik funksiyalarini amalga oshirishni mujassamlantirgan.

Umumiy holda tadbirkorlik muhiti asosan quyidagi to'rtta omil:

- huquqiy;
- siyosiy;
- ijtimoiy;
- iqtisodiy omillarning o'zaro bog'likligi natijasida amalga oshiriladi.

Ular ijobiy yoki rag'batlantirish ko'rinishida ham shakllanishi mumkin. Ushbu holda mamlakat yoki mintaqadagi mavjud shart-sharoitlar tadbirkorlik faoliyatini olib boorish uchun mos bo'ladi. Chunki, bunday muhit tadbirkorga amalga oshirayotgan ishlarining natijalari qanday bo'lishini oldindan ko'ra bilishiga keng imkoniyat tug'diradi. Tadbirkorning o'z ishi natijalarini oldindan ko'ra bilishi tavakkallik tushunchasiga teskari holda ifoda etiladi.

Agar tadbirkor ma'lum bir muhitda tavakkalchilik asosida faoliyat ko'rsatayotgan bo'lsa, u holda u o'zgaruvchanlik, barqarorsizlik, tavakkalchilik bilan tavsiflanadi. Bunday muhit yuqorida keltirilgan ijobiy muhitga to'g'ri kelmaydi. Amalda ko'p hollarda tadbirkorlik muhitining ma'lum bir omili tadbirkorning ish natijalariga asosiy ta'sir ko'rsatadi, deb bo'lmaydi. Chunki, tadbirkorni ko'proq tadbirkorlik muhitini belgilovchi omillarning o'zaro bog'liqligi qiziqtiradi.

Yuqorida ta'kidlab o'tilgan omillardan huquqiy omillar asosiy omil bo'lib hisoblanadi, chunki tadbirkorlik faoliyatini olib

boorish uchun tadbirkorlik muhitida amalga oshirilishi mumkin bo'lgan o'yinlar qoidasini ko'rsatib beradi. O'yinlar qoidasi tushunchasi ruxsat etilgan va amalga oshirilayotgan ish (harakat)larni o'z ichiga oladi. Ruxsat etilgan ish (harakat)larga nisbatan o'yin qoidalari turli shaklda namoyon bo'ladi. O'yin qoidalari nima qilish mumkin-u nima qilish mumkin emas tamoyili asosida ishlab chiqilishi mumkin. Bu qoidalarda tadbirkorlik faoliyatini olib borish yo'lidagi barcha chegara yoki cheklovlar yaqqol ko'rsatilib berilishi kerak. Umuman olganda, huquqiy omil-tadbirkorlik faoliyatini yuritish yo'lidagi barcha qonunlar(soliq, yer, mehnat munosabatlari) va yo'riqnomalar majmui bo'lib, tadbirkorlik faoliyatini tartibga solidi hamda tadbirkorning iqtisodiy jarayondagi boshqa sub'ektlar bilan munosabatini mujassamlantiradi.

Huquqiy omilning tavsifiga-huquqiy madaniyat» tushunchasi ham kiradi. Buning ostida millatning qonunlarga to'liq rioya qilishi, ya'ni insonlarning ongida qonunlar talabini bajarish kerak degan tushunchaning bo'lishi tushuniladi. Agar, kerak bo'lgan barcha qonunlar qabul qilinsa-yu, lekin ular amalda ishlamasa yoki tadbqiq qilinmasa, bunday jamiyatni qonunlarga bo'ysunuvchan deb bo'lmaydi va buni tadbirkor o'z faoliyatini yuritishda e'tiborga olishi shartdir.

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

Ijtimoiy omil boshqalarga nisbatan o'zining tarkibi jihatidan anchagina murakkab hisoblanadi. Shuning uchun ham uning tarkibi ko'pgina elementlardan tarkib topadi. Agar tadbirkor ularni e'tiborga olmasa, kelgusida salbiy natijalarga

olib kelishi mumkin.

Quyidagilar bu omilning asosiy elementlari hisoblanadi:

- jamiyatda mafkuraning holati;
- milliy urf-odatlar;
- millatning madaniy va maishiy odatlari;
- atrofdegai kishilarning tadbirkor va tadbirkorlik faoliyatiga bo'lgan munosabati;
- davlatning tadbirkor va tadbirkorlik faoliyatiga bo'lgan munosabati.

Iqtisodiy omil bozordagi raqobatni va narx-navo holatini o'zida aks ettiradi. Narx-navo tizimi, o'z navbatida, narxlarning darajasi, ishlab chiqarish jarayoniga tadbirkor tomonidan jalb qilinayotgan ishlab chiqarish omillari, ishchi kuchi, kredit stavkasi miqdori hamda soliq va majburiy to'lovlarni o'zi chiga oladi.

1.3. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsadi va vazifalari

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

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

Mulkdorlar sinfi uch guruhdan iborat:

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

Ushbu guruhlarning shakllanishiga qanday omillar ta'sir etadi? Birinchi navbatda, psixologik xususiyatlar ta'sir ko'rsatadi. Odamni zo'rlab mulkdorga aylantirib bo'lmaydi. U bunga ruhan tayyor bo'lishi kerak. Bu es ajuda qiyin narsa. Chunki odamlarga xaddan tashqari uzoq vaqt mobaynida xususiy mulkni va uning sohiblarini boshqalarga qaraganda tashabbuskorroq va tadbirkorroq bo'lganligi tufayli moddiy jihatdan yaxshiroq yashaganlarni yomon ko'rish va ularga ishonmaslik hissi singdirib kelindi.

Endi esa zamon o'zgardi, xususiy mulkka bo'lgan munosabat ham o'zgarmoqda, lekin eski tasavvurlar hali ham mavjud. Ko'pchilik davlatning g'amxo'rlik qilishiga umid bog'lab o'tirmasdan, o'z farovonligi uchun mas'uliyatni o'z zimmasiga olishga hali tayyor emas. Ijtimoiy passivlik mulkdorlar sinfini shakllantirish yo'lidagi jiddiy to'siqdir.

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

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

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

Davlat va mehnat jamoalariga qarashli aksiyalar paketlari hajmini Davlat raqobat qo'mitasi belgilaydi.

Fuqarolar yoki yuridik shaxslar tomonidan sotib olingan yoki bepul olingan har qanday aksiyalar ularning mulkdorlari

tomonidan qonun doirasida hech bir cheklovsiz sotilishi mumkin. Aksiylarning qo'shimcha (ikkilamchi) emissiyasi va ularni joylashtirish aksiyadorlik jamiyati tomonidan amaldagi qonunlarga muvofi qolib boriladi.

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

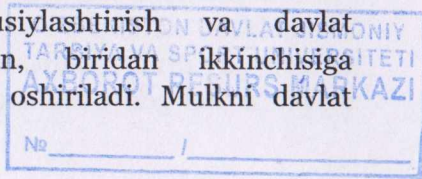
- auksionda xususiylashtirilgan davlat korxonalarining mulkdorlariga aylangan jismoniy va yuridik shaxslarga ushbu korxonalar tasarrufida bo'lgan, sotib olingan mol-mulk tarkibiga kirmagan, turar joy bo'lmagan davlatga qarashli binolarni, inshootlarni, qurilishlarni ijaraga olish haqida uzoq muddatli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

- korxonalar va tashkilotlarning, shujumladan, tugatilayotgan va tugatilgan korxonalar va tashkilotlarning mol-mulki Respublika ko'chmas mulk birjasi va uning filiallarida auksion savdoda

Davlat raqobat qo'mitasi tomonidan tasdiqlangan Nizomga muvofiq sotiladi;

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

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



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

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

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Tadbirkorlikning kelib chiqish tarixi va mohiyati to'g'risida gapirib bering.

2. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining rivojlanishi to'g'risida nimalar deya olasiz?

3. Kichik biznesni rivojlantirishning qanday afzalliklari mavjud?

4. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy asosini ta'minlovchi qanday qonunlarni bilasiz? Izohlang.

5. Tadbirkorlik muhitiga qanday omillar ta'sir etadi?

6. Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsad va vazifalari nimalardan iborat?

7. Mulkchilik shakllariga ko'ra korxonalarning necha turi mavjud?

2.1. Tadbirkorlikning mohiyati va iqtisodiyotni barqarorlashtirishdagi o'рни

Bugungi kunga kelib respublikamiz ijtimoiy-iqtisodiy hayotida "Tadbirkorlik", "Tadbirkor", "Biznes", "Biznesmen" kabi terminlar keng qo'llanila boshlandi. Ularning mazmun va mohiyatini anglash ma'lum bir ma'noda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik xaqida tasavvurni shakllantiradi.

Tadbirkorlik o'z ichiga ijtimoiy munosabatlarni qamrab olgan ijtimoiy-iqtisodiy hodisadir. Unda huquqiy, ruhiy, tashkiliy, iqtisodiy va tarixiy tomonlar mavjud. Mazmuni va mohiyati bo'yicha unumli faoliyatni anglatish demakdir.

Islomning asosiy manbai – "Qur'oni Karim"dir. Uning har bir oyati

bandalar poklikka, iymonga chorlaydi. Uning 293 oyati bevosita iqtisodiy tafakkurga bag'ishlangan. "Qur'oni Karim" insonlarni halol mehnat qilishga, tejamli bo'lishga, mehru shavqatga, halollikka undaydi. Shuningdek, u insonlarni barcha moddiy ne'matlardan, resurslardan (yerdan) unumli foydalanishga chorlagan. "Qur'oni Karim"da har qanday iqtisodiy hisoblangan mulkchilikka ham alohida e'tibor berilgan. Islomda mulk tushunchasi, uning mohiyati odamlar qo'lidagi boylik - bu Ollohning boyligi, odamlar esa faqat uning yerdagi boshqaruvchilari ekanligini tan olishdan iborat.

Oldingi asrlarda yashab o'tgan buyuk allomalarimizdan Imom Malik bin Anasa, Imom Ismoil al Buxoriy, Imom Muslim Bin-Al Hajjoj, Imom Abu Davud-Abu Iso at-Termiziylarning qoldirgan buyuk ilmiy meroslarda ham tadbirkorlikni rivojlantirish borasida qimmatbaho g'oyalar ilgari surilgan.

Buyuk bobokalonimiz Amur Temurning "Temur tuzuklari"da davlatni idora qilishda kimlarga tayanish, toju taxt egalariining huquqi va vazifalari, vazir va qo'shin boshliqlarini saqlash, sipoxiylarning maoshi, mamlakatlarni boshqarish tartibi, davlat arboblari. qo'shin boshliklarining burch hamda

vazifalari, amirlar, vazirlar va boshqalar xususida gap boradi. Mazkur asar har qanday korxona, tashkilot va muassasa rahbarlari uchun boshqaruv ilmi sirlarini puxta o'rganishda asosiy manbalardan biri hisoblanadi. Bu asar bugungi kunda ham o'z ahamiyatini yo'qotgani yo'q. Islohotlarning qay darajada amalga oshishi rahbarlarning dunyoqarashiga, halol va pok, tashabbuskor bo'lishiga bog'liqdir. "Rahbarlik - lavozim, mansab emas, avvalo, odamlarga xizmat qilish mas'uliyati ekanini barcha to'g'ri tushunib olishi zarur. Rahbar degani hammadan ko'proq ishlab, fuqarolar saodati va yurti ravnaqi uchun yelib-yuguradigan fidoiy inson bo'lishi kerak" (I.A.Karimov. "Halollik na fidoiylik – faoliyatimizning asosiy mezonini bo'lsin". 1994-yil, 24-bet).

Tadbirkorlik tushunchasi XVI asrdan boshlab iqtisodchilar, ruhshunoslar, siyosatshunoslar fikrini o'ziga jalb eta boshladi. J.B.Sey, A.Marshall. V.Zombramb, Y.Shumpeter, F.Noytlar tadbirkorlik ilmining asoschilari hisoblanadi.

XVIII asrning boshida iqtisodiy nazariyaga birinchi bo'lib tadbirkorlik tushunchasini ingliz iqtisodchisi R.Kantilon kiritgan edi. U tadbirkorni foyda olishi chegaralanmagan va bahosi aniq tovarlarni sotib oladi-yu, lekin sotish bahosi noaniq bo'ladi, u tavakkalchi, taklifni talabga moslovchi, deb baholaydi. Jan Batist Sey tadbirkorni vositachi, ishlab chiqarish omillarining koordinatori, tajriba va bilim egasi, deb ta'riflaydi.

Zombramb sa tadbirkorlikdagi tavakkalchilik faqat siyosat, savdodagina bo'lmay, boshqa sohalarga ham xos deb ularni qaroqchi va bosqinchilar bilan tenglashtiradi. Shumpeterni olsak, u tadbirkorlikning 5 muhim tomonini: iste'molchilarga noma'lum yangi tovarlar ishlab chiqarishi; yangi ishlab chiqarish vositalarini qo'llashi va mavjud tovarlarning tijoriyligini ta'minlashi; yangi tovarlarni o'zlashtirishi; yangi xom ashyolarni ishlatishi; tarmoqni takomillashtirishini ko'rsatib beradi.

Tadbirkor mulkdor bo'lishi shart emas, u yollanuvchi bo'lishi ham mumkin. Tadbirkor yangi kombinasiyalarni amalga oshiruvchi shaxsdir, deb ta'kidlaydi.

Hozirga kelib tadbirkorning faoliyat doirasi mazmunan, mikdor va sifat jixatidan ham o'zgardi. Endi u mahsulotni qachon, qancha, qayerga, kim uchun ishlab chiqarishi kerak, degan masalalarni mustaqil hal etuvchiga aylandi. Bundan tashqari, qancha miqdorda ishlab chiqarish resurslari (bino, xom ashyo, material, qurilma. mexnat, transport vositalari, capital mablag'lar, ombor maydonlari va h.k.) zarurligini aiiqlaydi, ulardan oqilona foydalannsh hisobiga yuqori foyda olishga harakat qiladi. Olingan daromadlar evaziga davlat byudjeti to'lovlarini to'lash va faoliyatini yanada yuksalshrishii bosh maqsad deb hisoblaydi. Yuqoridagilardan kelib chiqib tadbirkorga quyidagi ta'rifni berish mumkin:

Tadbirkor - o'zining ma'lum bir miqdordagi moliyaviy mablag'ini tavakkal qilgan holda bozorga yangi g'oya, mahsulot, xizmat va ishlar bilan kirib boruvchi ishbilarmon shaxsdir. Tadbirkorning qobiliyati esa, o'z ishini qay darajada yurgiza olishi bilan yuzaga chiqadi.

Tadbirkorlik va biznes tushunchalari mazmunan bir-biriga yaqin. U kishilarning ishbilarmonlik faoliyatidan kelib chiqqan munosabat bo'lib, biron-bir unumli ish. faoliyat bilan bog'liqlikni anglatadi. Biznes bilan bog'liq shaxs biznesmen deyiladi. Biznes (business) – bu inglizcha so'zdan olingan bo'lib, biznes — ish, men - odam degan ma'noni anglatadi. Tadbirkorlik (biznes) iqtisodiy kategoriya bo'lib, xo'jalik yuritish usuli, iqtisodiy fikrlash turidir.

Tadbirkorlik (biznes)ni o'rganishni avvalo, iqtisodiy obyekt va sub'yektlardan boshlash kerak. Uning sub'yektlarini ko'rib chiqaylik. Tadbirkorlik yakka, guruh va jamoa holida yuz berishi mumkin. Biznes (business) - inglizcha so'z bo'lib, umumiqtisodiy atama sifatida xo'jalik sub'yekti iqtisodiy qiziqishlaridan iborat faoliyat doirasini ifodalaydi va ishlab chiqarishni tashkil qilishdan iborat foydali mahsulotlar yaratish xamda xizmatlar ko'rsatish tizimidan iboratdir. Biznes tushunchasi qachon, kim tomonidan qanday vaziyatda dastlab ishlatilganligi to'g'risida ma'lumotlar tarixiy manbalarda deyarli uchramaydi. Lekin, biznes so'zini inglizchadan olinganligi va XVIII – XIX asrlardagi sanoat inqilobi, iqtisodiy, ijtimoiq va siyosiy taraqqiyot Buyuk

Britaniyada yuz berganini hisobga olib, uning vatani Buyuk Britaniya degan taxminlar mavjud.

Tadbirkorlik faoliyati natijalari xususiy mulk va mulkchilik munosabatlarining shakllanishi bilan yuzaga kelib, taraqqiy etgan bo'lsada, uning tom ma'nodagi mohiyati zamonaviy biznesning qaror topishida iqtisodiy erkinlik asosida tadbirkorlik olib borishda yaqqol namoyon bo'ladi.

Biznes - bu foyda (daromad) olish bilan bog'liq bo'lgan unumli faoliyat yoki shaxsiy foyda (daromad) topish borasidagi jarayonlar to'plami. Biznes faoliyati bilan shug'ullanuvchilar biznesmenlar yoki ishbilarmon tadbirkorlar deb yuritiladi.

Tadbirkorlik ob'yekti deganda, avvalo, ma'lum bir faoliyatni: ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish soxalaridagi tadbirkorlik, savdo-sotiq tadbirkorligi, moliya sohasidagi tadbirkorlik tushuniladi.

Tadbirkorlikda ishlab chiqarilgan tovar (ko'rsatilagan xizmat)lar shunga yarasha daromadga moddiylashadi. Daromad tadbirkorlik faoliyatini baholaydigan asosiy mezon hisoblanib, u faoliyatning barcha omillaridan oqilona foydalanishga bog'liq. Tadbirkorlik dastavval ma'lum bir sohada faoliyat ko'rsatish imkonini belgilash uchun kerak bo'lsa, so'ngra bunday resurslarning yangi kombinasiyalari gadbirkor uchun o'ta zarur bo'lib qoladi. Ko'rinib turibdiki, real holatda tadbirkorlikning ob'yekti resurslar kombinasiyasini amalga oshirishdan iborat ekan.

Tadbirkorlik shakllarining orasida quyidagi o'xshashlik va umumiyliklar mavjud:

Mulkiy munosabatlarning ishtirokchisi bo'lish	Tadbirkorlikning muhim belgilari	Iqtisodiy erkinlik, qonun va qonuniylik ilmiga ega bo'lish
Foyda olishga intilish		Tijorat siriga ega bo'lish
Raqobat kurashida qatnashish		Imidjga ega bo'lish
Iqtisodiy xatti-harakatlar va tavakkalchilik uchun mas'uliyatii o'z zimmasiga olish		

2.1-rasm.

Tadbirkorlikning muhim belgilari

Tadbirkorlikning mustaqilligi va erkinligi bozor mexanizmini ta'minlagan holda, aniq bir qaror qabul qilish imkonini berishni anglatadi. Tadbirkorlikning mustaqilligi bilan iqtisodiy manfaatdorligi uzviy bog'langan. Daromadni, foydani yuqori darajaga yetkazish tadbirkorlik faoliyati mezonidir. Shuning uchun strategiya shunga qaratiladi.

Tadbirkorlik faoliyatini hech qachon xavf-xatardan xoli deb bo'lmaydi. Sababi - bozor raqobatdan xolis emas. Javobgarlik — bu mas'uliyatni his etish imkoniyatdan ongli va oqilona foydalanish hamda bozorda o'z o'rnini saqlab qolish garovidir.

Tadbirkorlikni taraqqiy etish nuqtai nazaridan: rivojlangan, rivojlanayotgan va rivojlanmagan tadbirkorlikka bo'lishimiz mumkin. O'tish davri uchun rivojlanayotgan tadbirkorlik xos bo'lsa, taraqqiy etgan davlatlarga rivojlangan tadbirkorlik xosdir. Ayrim mamlakatlar taraqqiyoti darajasidan kelib chiqqan holda shuni aytishimiz mumkinki, ularda rivojlanmagan tadbirkorlik ham mavjuddir.

Hozirda kichik tadbirkorlik (biznes) sub'yektlari toifasiga quyidagilar kiradi:

- Yakka tartibdagi tadbirkorlar.

- Ishlab chiqarish tarmoqlarida band bo'lgan xodimlarining o'rtacha soni 20 nafardan, xizmat ko'rsatish sohasi va boshqa ishlab chiqarishga aloqador bo'lmagan tarmoqlarda 10 kishidan, ulgurji, chakana savdo va umumiy ovqatlanish sohasida 5 kishidan ortmagan mikrofirmalar.

Quyidagi tarmoqlarning o'rtacha yillik xodimlari soni:

- yengil va oziq -ovqat sanoati, metallga ishlov berish va asbobsozlik, yog'ochni qayta ishlash, mebel sanoati va qurilish materiallari sanoati 100 kishidan.

Mashinasozlik, metallurgiya, yoqilg'i energetika va kimyo sanoati, qishloq xo'jalik mahsulotlari yetishtirish va qayta ishlash, qurilish hamda boshqa sanoat ishlab chiqarish sohalari 50 kishidan.

Fan, ilmiy xizmat ko'rsatish, transport, aloqa, xizmat ko'rsatish sohasi, savdo va umumiy ovqatlanish hamda boshqa ishlab chiqarishga aloqador bo'lmagani sohalari 25 kishidan

oshmagan kichik korxonalar.

So'nggi yillarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishi davlat iqtisodiy siyosatining muhim yo'nalishlaridan biri bo'lib qolmoqda.

2.2. Tadbirkorlikning rivojlanish bosqichlari va uni xos xususiyatlari

O'zbekistonda tadbirkorlikni rivojlantirish xususiyatlaridan kelib chiqib, uning rivojlanishini biz uch bosqichga bo'lishimiz mumkin:

1-bosqich. 1917 yilga qadar bo'lgan davrni olishimiz mumkin. Ushbu davr mayda hunarmandchilik va savdogarchilik yuqori sur'atlarda rivojlanishi bilan xususiyatlidir. Bu davr qo'l mehnatining yuqori bo'lishi bilan farqlanadi va iqtisodiyotda yakka tadbirkorlik o'ziga xos tarzda rivojlanadi.

2-bosqich. Tatalitar tizim - markazlashgan rejali boshqarish xukm surgan. Mulkiy munosabatlarda davlat mulki xukmron bo'lgan sharoitda ishlab chiqarishda raqobatni, modernizasiya jarayonini so'ndiruvchi yirik korxonalar yetakchi o'rinda bo'lishi iqtisodiyotda monopoliyani kuchayishiga olib keldi.

3-bosqich. Respublikani mustaqillikka erishgandan keying yillarini olishimiz mumkin. Bu davrni xususiyatli tomoni iqtisodiyotda "Tanglik" holati hukm surishi, iqtisodiyoni erkinlashtirish va barqarorlashtirish bosh vazifa qilib belgilanishi, uni amalga oshirishning davlat tomonidan maxsus mexanizmi yaratilishi shartligi, uning muhim yo'llaridan biri sifatida erkin tadbirkorlikka keng yo'l ochib berilishi bilan tavsiflanadi.

Ushbu bosqichni shartli ravishda quyidagi davrga bo'lishimiz mumkin.

1-davr. Qaytadan uyg'onish davri, asosan, 90-yillarning boshlariga to'g'ri keladi. Bu davrda tadbirkorlik va kichik biznesni huquqiy bazasi tashkil etildi. Qayta uyg'onish davrining asoschisi etib birinchi Prezidentimiz I.A. Karimovdir.

2-davr. Tiklanish (oyoqqa turish) davri, 1999-2000 yillarni qamrab oladi. Bu vaqtda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari shakllantirildi. Ularni muvaffaqiyatli rivojlanishi uchun sharoit yaratildi. Davlat tomonidan tegishli yordamlar (imtiyozli ssudalar berilishi, vaqtincha soliqlardan ozod etilishi, sarmoyalarni shakllantirishning jahon tajribalarini qo'llashga imkoniyatlar berilishini olishimiz mumkin) ko'rsatildi.

3-davr. Tadbirkorlik faoliyati davlat iqtisodiy siyosatining negiziga aylanganligi va ishbilarmonlik muhitini sifat jihatdan yangi bosqichga o'tishi.

2017 - 2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustivor yo'nalishi bo'yicha Xarakatlar strategiyasi va undan keyin 2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekiston Taraqqiyot strategiyasi qabul qilishi bilan xarakterlidir.

Garchand iqtisodiyot fanida tadbirkorlik haqidagi ma'lumotlar XVIII asrda R.Kantilon, A.Tyuorgo, F.Kene va J.Bosey asarlarida birinchi bor talqin qilingan bo'lsa-da, O'zbekiston tadbirkorlik sohasida o'ziga xos tarixiy tajribaga ega. Buni yaqqol misol tariqasida Temur tuzuklarida "Buyuk Ipak Yo'li"ni bizning hududdan o'tishini misol qilib olishimiz mumkin.

O'zbekistonda tadbirkorlikni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari:

- O'zbeklarda yangi tadbirkorlik faoliyatini joriy etishga moyillikning yuqoriligi.

- Tadbirkorlik faoliyatining shakllanishi respublika ta'lim tizimiga mos kelishi.

- O'zbek xalqining daromadidan jamg'armaga ajratilgan ulushining yuqoriligi.

- O'zbekistonning jaxon mamlakatlari bilan mustahkam aloqasini mavjudligi.

- Mehnatga haq to'lash va axoli sotib olish qobiliyatining nisbatan pastligi.

- Qulay siyosiy sharoit va ijtimoiy muxitning yaratilganligi.

Biz O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga asosiy e'tiborni qaratar ekanmiz shu orqali uchta muhim masalani yechishni ko'zda tutamiz.

Birinchi masala – so'ngi to'rt yil ichida ushbu soha yalpi ichki mahsulotning 68,2 foizini ishlab chiqarishga erishish.

Ikkinchi masala - bu sohani rivojlantirish aholini ish bilan ta'minlash va uning daromadlari o'sishining eng muhim manbalaridan biriga aylanishi lozim.

Doimiy diqqat markazimizda turish kerak bo'lgan uchinchi masala mamlakatimizdagi siyosiy-iqtisodiy va ijtimoiy barqarorlikning poydevori bo'lmish kichik va o'rta mulkdorlar sinfini shakllantirishdan iborat.

Prezidentimiz Sh. Mirziyoyevning "Agar xalq boy bo'lsa, davlat xam boy va kuchli bo'ladi" degan tamoyilining yaqqol asosidir.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Tadbirkorlikning kelib chiqish tarixi va mohiyati to'g'risida gapirib bering.

2. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining rivojlanishi to'g'risida nimalar deya olasiz?

3. Kichik biznesni rivojlantirishning qanday afzalliklari mavjud?

4. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy asosini ta'minlovchi qanday qonunlarni bilasiz? Izohlang.

5. Tadbirkorlik muhitiga qanday omillar ta'sir etadi?

6. Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsad va vazifalari nimalardan iborat?

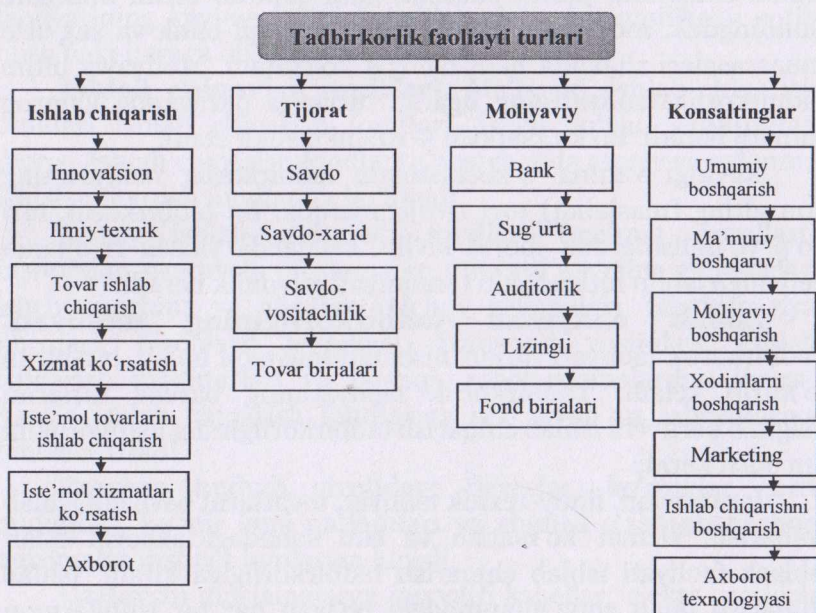
7. Mulkchilik shakllariga ko'ra korxonalarning necha turi mavjud?

8. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish yo'nalishlarini ko'rsatib bering.

3-BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TURLARI

3.1. Tadbirkorlik faoliyatining turlari

Tadbirkorlik faoliyati turlari xilma-xildir. Faoliyat maqsadi, turi va yo'nalishlariga qarab tadbirkorlik faoliyatining ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy va konsalting turlarini ajratish mumkin. Qayd etilgan ushbu tadbirkorlik faoliyatining har bir turi kichik turlarga bo'linadi. Mavjud tadbirkorlik faoliyati turlarini chizma shaklida quyidagicha ifoda etish mumkin (3.1-rasm).



3.1-rasm.
Tadbirkorlik faoliyati turlari

Ishlab chiqarish tadbirkorligi. Ishlab chiqarish tadbirkorligini tadbirkorlik faoliyatining asosiy turi desak xato bo'lmaydi. Zero, bunday tadbirkorlik faoliyati tufayli mahsulot, tovarlar ishlab chiqariladi, xizmat ko'rsatiladi, ma'lum ma'naviy qadriyatlar yuzaga keladi.

O'zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o'tishning dastlabki yillarida tijorat tadbirkorligi yaxshi rivojlandi. Tadbirkorlik faoliyatining bu turi tovar va xizmatlarni sotib olish va sotish jarayonlarini amalga oshirish bilan ta'riflanadi, chunki bu sohada qisqa vaqt orasida daromad olish mumkin. Agar ishlab chiqarish korxona samaradorligining 10-12% ini tashkil qilsa, tijorat faoliyati esa bu ko'rsatkichni yana 20-30%ga oshiradi.

Moliyaviy tadbirkorlik tadbirkorlik sohasining alohida olingan turiga kiradi. Uning faoliyat sohasi qiymatlarni almashinishi va almashtirilishidan iborat. Moliyaviy faoliyat ishlab chiqarish, tijorat sohasini ham qamrab olishi mumkin. Shuningdek, moliyaviy tadbirkorlik mustaqil bank va sug'urta muassasalari shaklida ham faoliyat ko'rsatadi. Moliyaviy bitim tadbirkorlik faoliyatining ilgarigi turlariga qaraganda kamroq samara beradi. Bu ko'rsatkich 5-10%ni tashkil etadi.

Keyingi vaqtda O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining konsalting (maslahat) turi rivojlanmoqda. Bu tadbirkorlik turi ko'p yo'nalishlardan iborat bo'lib, kelajakda yaxshi rivojlanib ketishiga jahon iqtisodiyoti taraqqiyoti guvohlik beradi.

Ishlab chiqarish tadbirkorligining mohiyati. Tadbirkorlik faoliyati turlari nisbatan mustaqil bo'lib, bir-birini to'ldirib keladi. Tadbirkorlik faoliyatining barcha turlarini belgilab beruvchi ishlab chiqarish tadbirkorligining ustuvorligini tan olish kerak.

Innovation, ilmiy-texnik faoliyat, tovarlarni bevosita ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish va shu sohadagi axborot bilan ishlash faoliyati ishlab chiqarish tadbirkorligiga kiradi. Ishlab chiqarish bilan shug'ullanmoqchi bo'lgan har bir ishbilarmon tadbirkorlik faoliyatining qaysi turi bilan shug'ullanishini, qanaqa mahsulot ishlab chiqarishini, qanday xizmat ko'rsatishini oldindan belgilab olishi lozim.

Shu ish amalga oshgandan keyin tadbirkor marketing bilan shug'ullanadi. Tovarga bo'lgan talabni bilish maqsadida u tovarning potensial iste'molchilari, xaridorlari, ulgurji va chakana savdo bilan shug'ullanuvchi tashkilotlar bilan aloqa

qiladi. Muzokaralar ishbilarmon va bo'lajak xaridorlar o'rtasida shartnoma tuzilishi bilan yakunlanadi.

Tuzilgan shartnoma tadbirkorlikdagi tavakkalchilikning oldini olishga imkon beradi. Shu ishlar amalga oshmasa, tadbirkor faqat og'zaki va'dalar asosida ishlab chiqarish faoliyatini boshlaydi. Shakllangan barqaror bozor sharoitida rivojlangan mamlakatlarda og'zaki kelishuvlar ishonchli kafolat bo'lib, kerak bo'lgan hollarda shartnoma, bitim shaklida rasmiylashtiriladi. Biroq, bizning mamlakatimizda bozor iqtisodiyoti endi shakllanayotgan davrda og'zaki bitimlarning kafolati past va tavakkalchilik kuchlidir. Tadbirkorlik faoliyatining keyingi bosqichi ishlab chiqarish omillarini sotib olish yoki ijaraga olishdir.

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

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

Korxona hududi atrofidagi devorlar, ko'priklar, neft quduqlari, ko'mir koni qatlamlari va shunga o'xshash boshqa qurilmalar inshoot jumlasiga kiradi.

Uzatuvchi moslamalarga quvvatli kabellar, elektr uzatkich liniyalari, turli xildagi uzatkich quvurlari, neft va gaz uzatkich quvurlari kiradi. Quvvatli mashinalarga turli xildagi dvigatellar, turbinalar, bug' qozonlari va boshqalar kiradi. Asosiy ishlab chiqarish fondlarining muhim elementi bo'lib ishchi mashinalar va uskunalar hisoblanadi. Ularga yordamchi sexlarning barcha texnologik moslamalari, mashina va uskunolari kiradi.

Asosiy fondlarning bu qismi shartli ravishda aktiv qismi deb hisoblanadi, chunki shu mashina va uskunalarda

mahsulotlarning asosiy qismi tayyorlanadi. Transport vositalari tarkibiga avtomobil, temir yo'l, havo yo'llari va boshqa transportlarning barcha turlari kiradi.

Aylanma ishlab chiqarish fondlarini (mehnat predmetlari) xom ashyo, asosiy va yordamchi materiallar, yonilg'i va energetik resurslar, idish va idish moslamalar, chidamsiz va qisqa muddatda ishlatiladigan asboblar va ishlab chiqarish moslamalari, ta'mirlash uchun kerak bo'lgan ehtiyot va butlash qismlari tashkil qiladi. Sotib olinadigan butlash moslamalar, yarim tayyor mahsulotlar, tugallanmagan ishlab chiqarish, o'zi tayyorlagan yarim tayyor mahsulot, kelajakdaagi xarajatlar ham aylanma ishlab chiqarish fondlarini tashkil qiladi.

Qayta ishlov berilmagan sanoat mahsulotlari (ruda, neft, ko'mir, gaz va boshqalar), qishloq xo'jalik mahsulotlari (paxta, jun, teri va boshqalar) xom ashyoni tashkil qiladi. Materiallar esa ma'lum qayta ishlash jarayonidan o'tib tayyor mahsulot ishlab chiqarishga mo'ljallangan mehnat mahsulotidir. Asosiy materiallar bo'lajak tayyor mahsulot (temir, yog'och, mato)ning asosini tashkil qiladi, yordamchi materiallar (bo'yoq, tugma va boshqalar) asosiy materiallar uchun ishlatiladi yoki (moylash moylari) ishlab chiqarish jarayoniga yordamlashadi. Asbob-uskunalar narxi va ishlatish muddatiga qarab aylanma fondlarga kiritiladi.

Asbob-uskunalarining xizmat muddati bir yildan oz bo'lsa, u aylanma fondlarga taalluqlidir. Yarim tayyor mahsulotlar sotib olingan yoki o'zida tayyorlangan turlariga bo'linadi. Yarim tayyor mahsulotlar iste'molga tayyor bo'lmagan bo'lib, uni boshqa sex firma yoki korxonada tayyor holatiga keltirish lozim. Tugallanmagan ishlab chiqarish tugallanmagan mahsulot bo'lib, yarim tayyor mahsulotdan farqli ravishda o'z ishchi joyida turadi. Uni me'yoridagi ishlov berish uchun korxonaning boshqa bo'linmasiga berilmay, shu sexning o'zida qiyomiga yetkaziladi.

Kelajakdagi xarajatlarga alohida to'xtalmoq lozim. Bu xarajatlar yangi mahsulotlarni tayyorlashdagi xarajatlar bo'lib, keyinchalik ishlab chiqarish xarajatlari jumlasiga kiritiladi.

Ishchi kuchini tadbirkor e'lon, mehnat birjasi, ishga joylash agentligi, tanish-bilishlar orqali topadi. Ishga olishda nomzodning ma'lumoti, mutaxassisligi, ish tajribasi, shaxsiy xususiyatlari hisobga olinadi.

Undan keyin tadbirkor moddiy, moliyaviy, mehnat resurslari, tayyorlanadigan mahsulotlarni sotish bozori haqida axborot to'playdi.

Moliyaviy mablag'ga bo'lgan talab va uning hisobi. Tadbirkorlik bitimini tuzish moliyaviy xarajatlarni bog'liq. Ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyatiga kerak bo'ladigan pulning miqdorini (Pp) quyidagi formula asosida hisoblash mumkin:

$$Pp = Pi + Pm + Pv + Pa + Ph;$$

Bu yerda:

Pi – yollanma ishchilarga maosh to'lash uchun kerak bo'ladigan pul mablag'lari;

Pm – sotib olinadigan material, xom ashyo, yarim tayyor mahsulot, butlash qismlar, yonilg'i, energiya uchun to'lovlar;

Pv – mehnat vositalari (asosiy ishlab chiqarish fondlari) – bino, inshoot, uzatish moslamalari, mashina, hisoblash texnikasi, asbob - uskunalar, transport vositalarini sotib olishga ketgan mablag'lar;

Pa – axborot uchun sarflangan mablag'lar;

Ph – boshqa tashkilotlar xizmatiga (qurilish ishlari, transport xizmatlari va boshqalarga) ketgan to'lovlar.

Ishlab chiqarish faoliyati bilan shug'ullanish uchun tadbirkor boshlang'ich kapitalga ega bo'lishi kerak. Har qanday kishining bunga imkoni bo'lmasligi mumkin. Ushbu holatda ishbilarmon tijorat banki yoki mablag'i bor shaxsga kredit olish uchun murojaat qiladi.

Buning boshqa yo'li ham bor – tadbirkor ishlab chiqarish omillari (bino, uskuna, xom ashyo, axborot va boshqalar)ni kreditga ham olishi mumkin. Baribir tadbirkor kredit bergan shaxsga olingan pul mablag'ini yoki kreditga olingan ishlab

chiqarish omillarining qiymatini qo'shimcha foizlar bilan qaytarishi kerak.

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

Ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyatida bilvosita ishtirokchi bo'lib, unda moliya soliq organlari ishtirok etadi. Ular tadbirkorlik faoliyati hisobidan mahalliy byudjetga majburiy to'lovlar, ajratmalar va jarimalar o'tkazish bilan shug'ullanadilar.

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

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

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

Venchur biznesi. Gap innovasion tadbirkorlik haqida ketganda, venchur biznesi haqida tasavvur hosil qilish katta ahamiyatga egadir. Venchur biznesi keyingi vaqtda ancha rivojlandi va u tavakkal biznesi turiga kiradi. Biznesning bu turi yangi texnologiyalarning joriy etilishi bilan bog'liq. Venchur biznesi yuqori texnologiya sohasida olib boriladigan ilmiy tadqiqotlar natijalarini tijoratlashtirish bilan bog'langan. Bu sohalarda samara olinishi kafolatlanmagan. Ya'ni ma'lum tavakkalchilik mavjud.

Yangi va eng yangi texnologiyalarni joriy qilish bilan shug'ullanuvchi ilmiy-texnika firmalarga venchur firmalar deyiladi. Ularning daromadi kafolatlanmagan bo'lib, faoliyati tavakkal kapital bilan bog'liq.

Shuni ta'kidlash kerakki, kichik korxonalar innovasion tadbirkorlikni rivojlantirishda katta rol o'ynaydi. Venchur biznesi o'zining egiluvchanligi bilan innovasion ishbilarmonlikning boshqa shakllariga qaraganda qator ustuvorlikka egadir. Venchur biznesi tavakkalni o'zaro bo'lish tamoyiliga asoslanadi. Bu esa mablag'i bo'lmagan g'oya mualliflariga o'z g'oyalarini amalga oshirishga imkon tug'diradi.

Venchur biznesi dastlab AQSHda yuzaga kelib, keyinchalik keng rivojlanib ketdi. Har bir kichik innovasion biznesning moddiy va moliyaviy imkoniyati ilmiy-texnika bazasi jihatdan cheklangan bo'lib, davlat ko'magiga muhtojdir. AQSHda kichik innovasion biznesga davlat tomonidan yordam ko'rsatish dasturi ishlab chiqilgan. Dasturga asosan kichik biznes bevosita federal byudjetidan moliyalashtiriladi, vazirlik va muassasalar doimiy ravishda ular bilan shartnoma tuzadilar. AQSHda venchur biznesida tuzilgan kompaniyalarning aksiyalari imtiyozli narxlarda innovasion firmalarga sotilib, ulardan olgan mablag'larni o'z g'oyalarini joriy etish uchun ishlatadilar.

O'zbekistonda ham venchur biznesi rivojlanishiga barcha imkoniyatlar yaratilgan. Birinchi navbatda, bu qimmatbaho qog'ozlar bozori mavjudligidir. Keyinchalik, intellektual mulk bozoriga chet el firmalari kirib keldi. O'zbekiston ishbilarmonlari ham o'z navbatida Venchur biznesiga katta qiziqish bilan qaramoqdalar. Bularning barchasi Venchur biznesi bizning mamlakatda endi rivojlanayotganligidan dalolat berib, kelajakda innovasion biznes rivojlanib ketishiga turtki bo'ladi.

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

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

Tovar birjasida o'zaro kelishilgan va rioya qilingan qoidalar asosida savdo operasialarini amalga oshirish uchun tijorat vositalari va ularning xizmatchilari o'z xohishlari bilan birlashadi. Ushbu birjaning maqsadi erkin raqobatning

boshqarish mexanizmini tashkil qilish va shu orqali talab va taklifni hisobga olgan holda haqiqiy bozor narxlarini aniqlashdir.

ovar birjasi standartlar bo'yicha sotiladigan tovarlar (don, ko'mir, metall, neft, yog'och)ning doimo faoliyat ko'rsatuvchi ulgurji savdo bozoridir. Shunga o'xshash birjalar barcha iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda faoliyat ko'rsatib kelmoqda. Misol sifatida London (rangli metall), Liverpool (paxta), Singapur (kauchuk) va boshqa tovar birjalarini ko'rsatish mumkin.

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

Tovar birjalari quyidagi asosiy funksiyalarni bajaradi:

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

Tovar birjalari aylanmasining aksariyat qismi bor tovarlar (kassa bitimlari) bilan emas, balki kelajakdagi tovar yoki tovar yetkazib berish bitimi asosida (vaqtli bitim) amalga oshiriladi. Tovar birjalari ochiq yoki yopiq shaklda bo'ladi. Yopiq birjalardagi savdoda faqat brokerlar – sotuvchi va haridor o'rtasidagi vositachilar ishtirok etadi. Ochiq birjalarda esa xohlagan kishi ishtirok etishi mumkin.

Tovar olib-sotish va xizmat ko'rsatish bo'yicha operasiyalar. Tijorat tadbirkorligining asosiy mazmunini tovar olib-sotish va xizmatlar ko'rsatish tashkil etadi. Tijorat tadbirkorlik faoliyati umumiy shaklda ishlab chiqarish tadbirkorligi faoliyatiga o'xshab ketadi.

Tijorat tadbirkorligida iste'molchiga moddiy resurslar o'rniga tayyor tovarlar sotiladi. Tijorat tadbirkorligida mahsulot ishlab chiqarish o'rnini tayyor tovar egallaydi. Tijorat bitimi tuzishdan oldin bozor tahlilini o'tkazish zarur.

Umumiy ko'rinishda marketing-tijorat korxonalari va firmalari xo'jalik faoliyatining barcha tomonlarini boshqarish va tashkil etish tizimidir. Marketing yordamida savdo korxonasining hayotiy faoliyati amalga oshiriladi, ya'ni bozor o'rganiladi, tovar iste'molchiga yetkaziladi, moliyaviy ta'minot va foyda olish yo'lga qo'yiladi. Shu yerda savdo korxonasiga bir-biri bilan ikki bog'liq talab qo'yiladi, ya'ni iste'molchilarning o'zgaruvchan harakatiga o'rganish va raqobat sharoitida faoliyat ko'rsatish.

Savdo firmasidagi marketing faoliyatining model-dasturini oddiy chizma ko'rinishida quyidagicha tasvirlash mumkin. Agar bozorning dastlabki tahlili va bashorati tijorat bitimini tuzish foydasiga hal bo'layotgan bo'lsa, tijoratchi shu bitim aks etilgan biznes-rejani va bo'lajak xarajat va kutilayotgan natijalarni ishlab chiqishi lozim.

Har bir tijorat bitimi umumiy holatda quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- savdo-vositachi xizmatlarni bajarish uchun ishchilarni yollash (tovarni sotib olish, tashish, sotish, reklama ishini olib borish, kerakli xizmatlarni rasmiylashtirish);

- tovarni caqlash va sotish uchun kerak bo'lgan omborxona, baza, savdo do'konlarini sotib olish yoki ijaraga olish;

- tovarni keyinchalik sotish uchun sotib olish;

- amalga oshiriladigan ishni moliyalashtirish uchun pul mablag'larini kreditga olish va keyinchalik kredit va uning foizini qaytarish;

- vositachilik faoliyati ko'rsatayotgan boshqa tashkilot yoki shaxslarning xizmatlaridan foydalanish va ularga pul to'lash;

- bitimda ko'rsatilgan ishni rejalashtirish, rasmiylashtirish va tartiblashtirish uchun kerak bo'lgan axborotni to'plash yoki sotib olish;

- tovarni haridorga sotish;

- bitimni rasmiylashtirish, barcha soliq va to'lovlarni to'lash.

Savdo firmasida marketing faoliyatining model-dasturi



Tijorat bitimining barcha muhim tadbirlari bir-biri bilan muddat jihatdan bog'liqdir. Yakunida biznes-reja va harakatlarning yiriklashtirilgan muvofiqlashtiruvchi rejasi ishlab

chiqiladi. Agar bitim yirik bo'lib, ko'p muddatga cho'zilsa, ishni bajarish reja jadvalini tuzish tavsiya etiladi.

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

Ushbu bozor institutlarining mohiyati nimada?

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

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

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

Fond birjasi. Moliyaviy tadbirkorlikning elementlaridan yana biri fond birjasidir. Kapitalning ko'payishi, aktivlarning haqiqiy narxini aniqlashga qaratilgan qimmatbaho qog'ozlar bozoriga fond birjasi deyiladi. Fond birjasining faoliyat tamoyili talab va taklifni tezkor tartiblashtirishdan iboratdir. Fond birjalarida qimmatbaho qog'ozlarning kopirovkasi o'tkaziladi. Bunga muvofiq birjaning kopirovka bo'limi mutaxassislari birja orqali o'tayotgan barcha qimmatbaho qog'ozlarning harid kursi va sotuv kurslarini muntazam ravishda baholab boradilar.

Joriy kurslar esa doimo chiroqli tabloda yozilib, maxsus byulletenda chop etiladi. Joriy kurslarga binoan shu vaqt shu birjada ma'lum aksiyalarni sotish yoki sotib olish narxlari aniqlanadi.

Bu narxlar maxsus formula yordamida chiqarilsa, ular birja faolligining indeksini aniqlash uchun asos bo'ladi. Birja faolligi iqtisodiyotda sodir bo'layotgan ahvolni o'ziga xos ravishda aks ettiradi.

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

Hozirgi vaqtda O'zbekistonda ham fond birjalari o'z faoliyatini amalga oshirib kelmoqda. **«Toshkent» respublika fond birjasi** erkin sotuvga chiqarilgan aksiyalar savdosi bilan shug'ullanuvchi yopiq aksiyadorlik jamiyati, 1994-yil aprelda «Toshkent» respublika universal tovar-fond birjasi tarkibidagi fond bo'limi asosida tashkil etildi. Birja qimmatli qog'ozlarning bir maromda muomalada bo'lishini ta'minlaydi, ularning bozor bahosini belgilaydi va ularga doir ma'lumotlarni tarqatadi. Birjaning 81 brokerlik idorasi bo'lib, ularda jami 240 broker ishlaydi.

Respublikaning qimmatli qog'ozlar bozorini shakllantirish borasida hukumat tomonidan bir qancha tadbirlar ko'rildi. Bunday bozorlar respublikada ilgari ma'lum bo'lib, 20-30 yillarda veksellar, depozitli sertifikatlar, obligasiyalar muomalada bo'lgan. 1995-yildan esa bunday qimmatli qog'ozlar «Toshkent» respublika fond birjasi orqali sotila boshlandi. Respublika fond bozoriga Markaziy bank tomonidan veksellar bilan birga depozit va jamg'arma sertifikatlar chiqarildi.

Qimmatli qog'ozlar bozorini kengaytirish maqsadida fond do'konlari tarmog'i vujudga keltirildi.

Ularning soni 55 taga yetdi. 1995-yilda «Toshkent» fond birjasi Yevropa-Osiyo fond birjalari federasiyasi a'ziligiga qabul qilindi.

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

Sanoati rivojlangan mamlakatlarda mablag'larni maslahatli xizmat shaklida intellektual kapitalga kiritish yangi uskuna yoki ilg'or texnologiyalarni sotib olishga ketgan mablag'lar bilan tengdir. Mablag'lar ishlatishning ushbu ko'rinishi bizning mamlakatimizda endi amalga oshirilmoqda. Bu yo'nalishda intellectual imkoniyatlardan iqtisodiyot va boshqaruv sohalarida to'laligicha foydalanish yaxshi samara beradi. Ko'p korxonalar o'zlarining intellektual imkoniyatlaridan to'la va samarali foydalana olmasliklari sababli bozor iqtisodiyoti sharoitida qiyin ahvolga tushib qolgan. O'z vaqtida maslahatchilar yordamidan foydalangan rahbarlar moliyaviyxo'jalik faoliyatida iqtisodiy samaraga erishganlar.

Germaniyaning mashxur «Porsche» avtomobil firmasi 1991 yilga kelib tanazzulga uchrash arafasida edi. Korxona rahbarlari ahvolni tuzatish uchun Yaponiyaning «Sin gidzyusu» (bu «Yangi texnologiya» ma'nosini bildiradi) konsalting firmasiga murojaat qilishdi. Firma «Toyota»ning malakali mutaxassislari yig'ib, ishga kirishdi. Chet ellik maslahatchilar sharoitni obdon o'rganib chiqib, «Porsche» zavodida konveyer ish usulini joriy etdi. Ishlab chiqarishning barcha bo'g'inlarida xarajatlar keskin ravishda kamaytirildi.

Konveyer tizimi o'zgartirilmasada mahalliy tajriba va an'analar hisobga olinmadi. Faqat yapon maslahatchilari taklif qilgan tizim ishlay boshladi.

Yaponiya texnologiyasi joriy etishdan uch yildan keyin «Porsche»da birinchi real natijalar yuzaga keldi: kompaniya kam

xarajat qilib, ko'proq avtomobil ishlab chiqara boshladi. 19% ga kamaytirilgan ishchilar tezroq va sifatliroq ishni bajara boshladi. Yapon maslahatchilarining tavsiyalari tufayli yig'uv konveyer uzunligi qisqardi, ko'p miqdordagi yordamchi omborxonalarga hojat qolmadi, natijada zavod hududi 30% ga qisqardi. Ishlab chiqarishdagi kamchiliklar ikki barobar kamaydi. Avtomobil yig'ish tezligi 40% ga oshdi. Bu ishning barchasini o'sha eski jihozlarda, shu zavodda ishlab kelgan ishchi va muhandislar amalga oshirdi. Ular ixtiro sohasida ham faollashib, har oyda ishlab chiqarishni yaxshilashga qaratilgan ikki yarim mingdan ortiq yangi takliflar bermoqda.

Konsalting xizmatlari bir martali maslahat ham bo'lishi mumkin. Lekin ular konsalting loyiha shaklida bo'lib quyidagi asosiy bosqichlarni qamrab oladi:

- muammolarni aniqlash (diagnostika);
- loyihani ishlab chiqish;
- loyihani amalga oshirish.

Loyihaning hajmiga qarab yakuniy bosqich bir necha kun dan bir necha oygacha cho'zilishi mumkin. Ba'zida mijozlar bilan ish olib borish ko'p yillar davom etadi.

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

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

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

O'rgatuvchi maslahatida – mutaxassislarning asosiy maqsadi g'oyalarning yuzaga kelishi, yechimlar qabul qilish uchun asos tayyorlashdir. Shu maqsadda mijozlar uchun ma'ruzalar o'qiladi, seminarlar o'tkaziladi, o'quv qo'llanmalari

ishlab chiqiladi. Umuman olganda mijozlar kerakli nazariy va amaliy axborotlar bilan ta'minlanadi. Amalda esa yuqoridagi har bir maslahat turlari sof holda qo'llanilmaydi, ular kombinasiyalashgan shaklda uchraydi.

Sanoati rivojlangan mamlakatlarda konsalting xizmati ko'p yillar mobaynida bozor iqtisodiyoti infratuzilmasining muhim elementlaridan hisoblanadi. Konsalting xizmati statistika tomonidan maxsus tarmoq deb tan olingan. AQSH da ushbu tarmoqda 700 ming kishi band bo'lib, uning bir yillik xizmat hajmi 50 mlrd dollarni tashkil qiladi. Har bir rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda maslahatchilar fikrisiz iqtisodiyot va boshqaruvga oid jiddiy qarorlar qabul qilinmaydi.

O'zbekistonda hozirgi vaqtda xususiy konsalting firmalar soni juda kam (qiyoslash uchun Gollandiyada ularning soni 2000 dan oshiqdir). Xususiy firmalardan tashqari maslahatli xizmatlarni davlat, o'quv, axborot, ilmiy-tekshirish muassasalar tijorat asosida bajaradilar. Mamlakatimizda hozirgi iqtisodiy sharoitni yaxshi biladigan, yuqori salohiyatga ega bo'lgan, yuqori intellektual, bozor iqtisodiyoti mexanizmini tushunadigan malakali maslahatchilar soni yildan-yilga ko'payib bormoqda. Ular chet yel konsalting firmalarining vakillari bilan hamkorlikda milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda katta ish olib bormoqdalar. Aytish lozimki, chet el konsalting firmalarining xizmati juda qimmat. Masalan, chet yel konsalting firmasi xodimining bir kunlik o'rtacha ish haqi 300 dollarni tashkil qiladi.

Konsalting xizmatlari turli xil bo'lishi mumkin. Menejment bo'yicha Yevropa maslahatchilar ma'lumot-ko'rsatikichida 84 turdagi konsalting xizmatlari ko'rsatilgan.

Ular quyidagi 8 ta guruhga bo'lingan: umumiy boshqaruv, ma'muriy boshqaruv, moliyaviy boshqaruv, xodimlar boshqaruvi, marketing, ishlab chiqarish, axborot texnologiyasi, maxsus xizmatlar.

Maslahat loyihasini amalga oshirishni tashkil etish. Mijoz firma bilan aloqa o'rnatgandan keyin taklif ishlab chiqarishga kirishiladi. Taklif ishlab chiqish loyihani muhokama

qilishdan boshlanadi. Bundan oldin mijoz-firma haqida batafsil axborot olishi lozim. Maslahatchi firma nima bilan shug'ullanishini, nimalarni ishlab chiqarishini, ishchilar sonini, malakasini, boshqaruv xodimlar miqdorini, ish hajmini, xarajat va daromad miqdorini, firmaning moliyaviy ahvolini, shartnomalarning bor-yo'qligini, hamkorlarning ishonchliligini bilishi kerak. Undan keyin shart-sharoit, uning o'zgarish dinamikasi va muammolari aniqlanadi. So'ng bajarilishi kerak bo'lgan ishlarning rejafigi tuzilib, tegishli yuridik qog'ozlar rasmiylashtiriladi. Ishning bajarilishiga alohida e'tibor berish lozim. Maslahatchining obro'si ishning o'z vaqtida yoki muddatdan oldin bajarilishi bilan belgilanadi.

Ishning qanday shaklda tugatilishini ham aniqlab olish zarur, ya'ni ish yoki xizmat muayyan natijaga erishishdan iborat ekanligini belgilash lozim. Bularning barchasi ishning rejafigida aks etilishi kerak. Buyurtmani bajarish jarayonida buyurtmachi firmaning psixologiyasini o'rganishi kerak. Ishning bajarilish jarayonida mijozning qiziqishi susayishi mumkin, shu sababli qiziqishni susaytirmaslik uchun chora-tadbirlar ishlab chiqish kerak.

Buning uchun qiziqishningeng yuqori pallasida biror-bir kichik tadbirni amalga oshirish kerak. Bu tadbir mijoz-firma rahbariyatiga qaratilgan muayyan takliflar, maslahatchining taklifini majlisda muhokama qilish, ba'zi takliflarni bajarish haqidagi qarorni tayyorlashdan iborat bo'lishi mumkin. Oxirida loyiha yoki ba'zi takliflarni amalga oshirish haqida yozma hisobot rasmiylashtiriladi. Oldindan kelishib qo'yilgan maslahat turlari bundan mustasno emas.

Konsalting firmaning mijozlarni jalb etish usullari.

Maslahat beruvchi bozorning o'ziga xos xususiyati shundan iboratki, bu faoliyat bilan shug'ullanuvchi firmalar o'z tovari, o'z xizmat namunasini ko'rsatish imkoniga ega emas. Shuning uchun ular faoliyatida mijozlarni jalb etish muammosi turadi.

Mijozlarni jalb etish usullari turli xildir. Bunga o'z imkoniyatlarini tashviqot qilish, reklama qilish, vositachilar

yordamida mijozlarni jalb qilish, firma haqida ijobiy fikr bildirgan oldingi mijozlar takliflaridan foydalanish kiradi.

Eng sodda va eng keng qo'llaniladigan usul – **reklama qilishdir**. Firma o'z imkoniyati, xizmat ko'rsatishning taxminiy narxi, muvaffaqiyatli bajarilgan loyihalar haqida turli xildagi reklama ma'lumotlarini va reklama e'lonlarini tarqatadi. Mijozlarni jalb qilishda vositachilar yordamidan keng foydalaniladi. Vositachilar sifatida o'z rahbarining ishonchini qozongan firma xodimlari bo'lishi mumkin. G'arb mamlakatlarida bunday vositachilarni topish uchun maxsus uslublar ishlab chiqilgan. Bu maqsadlar uchun alohida mablag'lar ajratiladi.

Albatta, maslahatchi firmaning obro'sini belgilab beruvchi omil – bu o'tmishda muvaffaqiyatli olib borilgan faoliyatdir. Yirik, xatto o'rtamiyona firmalarning ijobiy tavsiyasi – eng yaxshi reklamadir. Umuman firmaga maslahatchilar kerakmi?

O'zbekiston iqtisodiyotini tiklanish vaqtida, ba'zi korxonalarda tubdan islohotlar olib borilayotgan davrda, nihoyatda ko'p muammolar yuzaga kelmoqda. Shu muammolarni oqilona yechish uchun maslahatchilar salohiyati oshib borishi aniq. Shu bilan birga moliyaviy imkoniyat cheklanganligi tufayli maslahatchilarni firmaning u yoki bu muammolarini yechish uchun taklif qilish maqsadga muvofiqdir.

Muammolarni hal etish korxonaning strategik rivojlanish muammosini yechishdan boshlash kerak. Ana shundan keyin marketing, innovasion imkoniyat va boshqa muammolarni hal qilishga o'tish kerak.

3.2. Tadbirkorlik faoliyatining shakllari

O'zbekiston Respublikasida «Tadbirkorlik to'g'risida»gi qonunning 5-moddasiga binoan tadbirkorlikning quyidagi shakllari mavjud:

- yakka tartibdagi tadbirkorlik;
- xususiy tadbirkorlik;
- jamoa tadbirkorligi;

- aralash tadbirkorlik.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik – tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning eng oddiy shakli bo'lib, uni tashkil qilish tartibi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 199-yil 14-fevraldagi qarori bilan tasdiqlangan «O'zbekiston Respublikasida xususiy tadbirkorlik to'g'risidagi Nizom» bilan belgilanadi. Ushbu nizomga muvofiq yakka tadbirkor o'z faoliyatini yuridik shaxs tashkil qilmay amalga oshirishi mumkin. Yakka tartibdagi tadbirkorlar odatda mayda ishlab chiqarish bilan shug'ullanadilar.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik o'z navbatida ikki turga bo'linadi:

- shaxsiy tadbirkorlik;
- birgalikdagi tadbirkorlik.

Shaxsiy tadbirkorlik tushunchasi «Tadbirkorlik va tadbirkorlar faoliyatining kafolatlari to'g'risida»gi qonunning 15-moddasida quyidagicha bayon etiladi: «Shaxsiy tadbirkorlik yakka tartibdagi tadbirkorlarning o'zi tomonidan mulk huquqida, shuningdek, mulkka egalik qilish va (yoki) undan foydalanishga yo'l qo'yadigan o'zga mulkiy huquq tufayli o'ziga tegishli bo'lgan mol-mulk negizida mustaqil ravishda amalga oshiriladi».

Ushbu qonunning 16-moddasiga binoan birgalikdagi tadbirkorlikka quyidagilar kiradi:

- er-xotinning umumiy mol-mulki negizida amalga oshiriladigan oilaviy tadbirkorlik;
- dehqon xo'jaligining umumiy birgalikdagi mulki negizida amalga oshiriladigan dehqon xo'jaligi;
- o'zlariga umumiy ulushi mulk huquqida tegishli bo'lgan umumiy mulk negizida yakka tartibdagi tadbirkorlikni amalga oshiradigan shirkat xo'jaligi.

Yuridik shaxs tashkil qilmay, o'z faoliyatini amalga oshiradigan tadbirkor sifatida ro'yxatdan o'tkazilgan jismoniy shaxsga davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi haqidagi guvohnoma beriladi va u jismoniy shaxslarni ro'yxatdan o'tkazish reyestriga qayd qilinadi. Ushbu guvohnoma bankda hisob-kitob varag'i ochish, soliq organlaridan ro'yxatdan o'tish, muhr va boshqa

rekvizitlarni tayyorlash uchun asos bo'lib hisoblanadi. O'zbekistan Respublikasida «Xususiy tadbirkorlik to'g'risidagi Nizom»da xususiy tadbirkorlik faoliyatiga quyidagicha ta'rif berilgan:

Xususiy tadbirkorlik – bu fuqarolar (alohida fuqaro) tomonidan o'zlarining tavakkalchiliklari va mulkiy javobgarliklari ostida, shaxsiy daromad (foйда) olish maqsadida amaldagi qonunchilik asosida amalga oshiriladigan tashabbuskor xo'jalik faoliyatidir.

Xususiy tadbirkorlikning yakka tartibda faoliyat ko'rsatayotgan tadbirkorlikdan farqi shundaki, bu yerda faoliyat ko'rsatuvchilar o'z faoliyatini yollanma ishchi kuchi yordamida olib boradilar. Ular yuridik shaxs sifatida ish ko'radilar va o'z korxonalarini davlat ro'yxatidan o'tkazishga majburdirlar.

Jamoa tadbirkorligi – bu bir guruh fuqarolarning o'zlariga ma'qul bo'lgan mulkchilik shakllarida jamoalarga birlashib, jamoa korxonalarini tashkil qilishlari va shu asosda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishlaridir.

Jamoa tadbirkorligi faoliyati firmalar faoliyatida o'z ifodasini topadi. Firma – muayyan turdagi mahsulot ishlab chiqarishga va xizmat ko'rsatishga ixtisoslashgan, bozordagi talab va taklifga qarab ish tutadigan, iqtisodiy jihatdan erkin va mustaqil korxonadir. Xususiy firma deganda ayrim shaxs yoki oilaga tegishli bo'lgan, yakka xususiy mulkka asoslanib faoliyat ko'rsatadigan korxona tushuniladi. Firmalarning turlari juda ko'p, ularni chizmada quyidagicha tasvirlash mumkin.

Shirkat firma bir necha sohibning mulkini birlashtirish va tadbirkorlikdan olinadigan foydani baham ko'rishga asoslangan sherikchilik korxonasidir.

Shirkat firmalarining ikki turi mavjud:

- mas'uliyati cheklanmagan jamiyatlar;
- mas'uliyati cheklangan jamiyatlar.

Mas'uliyati cheklanmagan jamiyatlar ikki yoki undan ko'proq kishilarning mulki asosida yuzaga keladi. Sheriklarning dastlabki mulki firmaning ustav kapitali deyiladi.



3.2-rasm.
Firma (korxona) larning turlari

Bu kapitalga har bir sherik o'z hissasini qo'shadi. Ular ustav fondiga qancha pul qo'ysa, shu hissaga binoan foyda olishadi. Bordi-yu firma sinsa, sheriklar zararni hamjihatlikda ko'taradi, ya'ni bir sherik boshqasining javobgarligini ham zimmasiga oladi.

Shirkat a'zolari o'rtasida tuzilgan bitim shirkatning huquqiy asosi hisoblanadi.

Bu bitim quyidagi bandlarni o'z ichiga oladi:

- har bir hamkorning vakolatlari;
- bitimning muddati;
- har bir vakilning umumiy ishga qo'shgan ulushi;
- daromadlar va yuz berishi mumkin bo'lgan zararlarni o'zaro bo'lish yo'l-yo'riqlari;
- uyushma mablag'laridan har bir hamkorning olishi mumkin bo'lgan aniq va belgilangan pul hajmi;
- uyushmada amalga oshirish zarur bo'ladigan moliyaviy ishlar tartibi;
- yangi hamkorni qabul qilish tartibi;
- shirkatni tarqatib yuborish tartibi.

Shirkatga davlat, kooperativ, jamoa va boshqa tashkilotlar, shuningdek, xorijiy tashkilotlar va fuqarolar ham qonun yo'l qo'ygan hollarda a'zo bo'lishi mumkin. Mas'uliyati cheklangan shirkat firmalarning ustav fondi faqat ta'sischi mablag'

(aksiya)lari hisobiga barpo etiladi. Jamiyat qatnashchilari o'zlarining qo'shgan ulushlari doirasida javobgar bo'ladi.

Shirkat o'z faoliyati uchun ustav fondi miqdorida javobgar hisoblanadi. Mas'uliyati cheklangan shirkat firmalar nomiga «limited» so'zi qo'shiladi, bu inglizcha so'z bo'lib, «cheklangan» ma'nosini bildiradi. Mas'uliyati cheklangan firmaning bir qator turlari mavjud. Ularning eng keng tarqalgan shakli aksiyadorlik jamiyatlari va korporasiyalardir. Aksiyadorlik jamiyatlarini tuzish va faoliyatini tashkil qilish tartibi O'zbekiston Respublikasining «Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida»gi qonunda ifodalangan. Ushbu qonunning 2-moddasiga muvofiq:

Aksiyadorlik jamiyati – bu jismoniy shaxslar kapitallarining birlashuvi bo'lib, u aksiyalar chiqarish yo'li bilan tashkil etiladi. Jamiyat jamlangan kapitaliga qarab maxsus qimmatli qog'oz – aksiya chiqaradi. Aksiyani sotib olganlar hissadorlarga aylanishadi va foydadan o'z hissasi – dividendni olib turadilar. Aksiyadorlik jamiyati o'z majburiyatlari bo'yicha o'ziga tegishli butun mol-mulk bilan javobgar hisoblanadi. Aksiyadorlar jamiyati majburiyatlari bo'yicha javobgar emas va uning faoliyati bilan bog'liq zararlar uchun faqat o'zlariga tegishli aksiyalar qiymati doirasida javobgar hisoblanadi.

Aksiyadorlik jamiyatining ustav fondi aksiyadorlar so'lib olgan aksiyalarning nominal qiymatlaridan tashkil topadi. Jamiyat chiqaradigan barcha aksiyalarning nominal qiymati bir xil bo'lishi lozim. Aksiya bo'linmas hisoblanadi. Aksiyadorlik jamiyatini ta'sis etishda uning jami aksiyalari ta'sischi orasida tarqatilishi kerak.

Aksiya fond birjalarida muomalada bo'ladi, bir shaxsdan boshqasiga erkin o'tadi va aksiyalar uchun uning hissasi to'g'risidagi hujjat hisoblanadi.

Aksiyadorlik jamiyatini:

- aksiyadorning umumiy majlisi;
- kuzatuv kengashi;
- ijro organi boshqaradi.

Aksiyadorlarning umumiy majlisi oliy boshqaruv organi hisoblanadi. Agar qonun hujjatlarida boshqacha tartib belgilanmagan bo'lsa, u aksiyadorlik jamiyati faoliyati bilan bog'liq barcha masalalarni hal qilish huquqiga ega. Aksiyadorlik jamiyatining kuzatuv kengashi jamiyat faoliyatida umumiy rahbarlikni amalga oshiradi. Aksiyadorlik jamiyatining joriy (kundalik) faoliyatiga yagona ijro organi (direktor) yoki kollegial (maslahat) ijro organi (boshqaruv, direksiya) rahbarlik qilishi mumkin.

Aksiyadorlik shaklidagi tadbirkorlikning quyidagi afzalliklari bor:

- aksiyadorlik jamiyati – bu biznesning ko'proq demokratik shaklidir. Unga xohlagan kishi bevosita yoki obuna bo'lish yo'li bilan aksiyani sotib olib, a'zo bo'lishi va mulk egasiga aylanishi mumkin;

- vaqtincha bekor turgan sarmoyalar markazlashuviga erishiladi;

- nisbatan samarali sohalarga kapital oqimini tashkil qilish imkoniyati tug'iladi;

- davlat mulkini xususiylashtirish imkoniyatlari kengayadi;

- moliyaviy barqarorlikka erishiladi;

- tadbirkorlikda tavakkalchilik xavfi kamayadi (hissador o'z aksiyasi miqyosida ziyon ko'rsa, korxona egasi butun mulkidan ajraladi);

- bir vaqtning o'zida ishlab chiqaruvchilar, tovar yetkazib beruvchilar, haridorlar va mahalliy davlat organlari manfaatlarining o'zaro muvofiqlashuviga erishiladi.

Aksiyadorlik jamiyatini tashkil etish uchun quyidagilar zarur:

- jamiyatni tashkil etish va birgalikda faoliyat ko'rsatish hamda bir yoki bir necha shaxsga jamiyatni tashkil etish uchun vakolat berish to'g'risida shartnoma tuzish;

- aksiyalarga obuna o'tkazish;

- ta'sis konferensiyasini o'tkazish;

- jamiyat va uning aksiyalarini davlat ro'yxatidan o'tkazish.

Jamiyatni tashkil etishdagi xarajatlar shartnomaga imzo chekkan shaxslarga taqsimlanadi. Davlat mulkini xususiylashtirish orqali quyidagi usullarda AJ tashkil etilishi mumkin:

- oddiy yo'l bilan, ya'ni bunda fuqarolar yopiq yoki ochiq AJlarining ob'ektlarini aukSION orqali yoki konkurs yo'li bilan sotib olishadi;

- davlat korxonasi mehnat jamoasi tomonidan yopiq AJni tashkil etadi va ma'lum yuridik shaxs tomonidan korxona sotib olinadi;

- davlat yoki ijara korxonalari ochiq AJ lariga aylantiriladi.

Barcha jamoa korxonalari uchun quyidagi umumiy jihatlar mavjud:

- nizom kapitalining tegishli bo'laklarga yoki aksiya larga majburiy bo'linishi;

- jamiyatning o'z majburiyatlari va faqat o'zining mulki bo'yicha cheklangan javobgarligi;

- aksiyador (sharik)lar orasidagi o'zaro munosabatlar, daromad va mulkni taqsimlash, korxonani boshqarish bo'yicha munosabatlar ularning kiritgan ulushlari miqdoriga qarab taqsimlanadi;

- jamiyat a'zolari uning kapitaliga o'z ulushlarini kiritishlari zarur, ammo o'z mehnatlari bilan uning faoliyatida ishtirok etishlari majburiy emas.

Korporasiya atamasi lotincha «**corporatio**» so'zidan olingan bo'lib, birlashma, hamjamiyat ma'nosini beradi. Korporasiya yirik aksioner jamiyatlar birlashmasi hisoblanib, bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchilarni birlashtiradi. Natijada ishlab chiqarish monopollashadi.

Korporasiya investisiya kapitalining markazlashuvini, ilmfan taraqqiyotini, mahsulotning raqobatbardosh bo'lishini va uzoq hayot siklini ta'minlaydi. Korporasiyalar tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi aksioner jamiyatlarining xohish-ixtiyori bilan paydo bo'ladi.

Har bir korxona faoliyatini yurgizish uchun o'z holicha turli funksiyalarni, ya'ni:

- xom ashyo, materiallar, energiya, uskuna qidirib topish, sotib olish va texnologik takomillashtirish;

- mahsulot sifatini oshirish va ishlab chiqariladigan mahsulotni yangilash;

- tayyor mahsulotni sotish bo'yicha qator ishlarni bajarishi lozim bo'ladi.

Bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi bir qancha korxonalar yig'ilishib, barcha uchun umumiy bo'lgan korxonalar faoliyatini ta'minlovchi funksiyalarni hamma uchun bajaradigan bir idora, muassasa tuzishni rejalashtirganlar.

Natijada shunday birlashma yuzaga kelganki, unda korxonalar o'z mulki va iqtisodiy mustaqilligini saqlagan holda hammalari uchun umumiy bo'lgan funksiyalarni bajarishdan ozod bo'lganlar va shu funksiyalarini bajarganligi uchun umumiy idora-muassasaga xaq to'laganlar.

O'z tarkibidagi aksiyadorlik jamiyatlarni nazorat paketlarini egallash bilan korporasiyalar xolding kompaniyalariga aylanadi. Xolding iborasi inglizcha «holding» so'zidan olingan bo'lib, ega ma'nosini beradi.

Xolding kompaniya – bu mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida tashkil etilgan hissadorlik jamiyatidir. Xolding kompaniyasi tarkibiga kiruvchi aksiyadorlik jamiyatlari «aksiyalarining nazorat paketi» kompaniyaning ixtiyorida bo'ladi. Bundan maqsad aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatlari ustidan nazorat o'rnatish va dividendlar ko'rinishida foyda olishdir.

Xolding kompaniyalarning mohiyati shundaki, ular biror bir ishlab chiqarish vazifalarini bajarishmaydi. Ularning vazifasi – sof boshqaruvchilikdan, ya'ni ishonchli mulk egasi sifatida ularga o'z aksiyalari yoki aksiyalar nazorat paketini beruvchi kompaniyalarning faoliyatiga umumiy xo'jalik rahbarligini bajarishdan iboratdir.

Xolding birlashgan korxonalar, ya'ni xolding aktivlari tarkibiga kiradigan, aksiyalar paketini nazorat qiladigan korxonalar sho'ba korxonalar deb ataladi. Ular mustaqil yuridik

shaxs hisoblanadi. Sho'ba korxona, ko'pincha, korxonaning rivojlanib borishi davomida bo' sh korxona (xolding kompaniyasi) tomonidan tashkil qilinadi. Xoldinglar davlatga qarashli yoki xususiy bo'lishi mumkin. Davlat xoldingida aksiyalar nazorat paketi davlat mulkiga, sho'ba korxonalar aksiyalari esa bosh xolding kompaniyasining mulkiga aylanadi. Sho'ba korxonalar o'z majburiyatlari bo'yicha o'zlariga tegishli mulk, shu jumladan, asosiy korxona, ya'ni xoldingga tegishli aksiyalar nazorat paketi ning qiymati bilan ham javob beradi. Xolding sho'ba korxona qarzi bo'yicha uning ta'sis shartnomasida aytilgan shartlarda javobgar bo'ladi.

Xolding kompaniyalari ikki turda bo'lishi mumkin:

- moliyaviy xolding;
- aralash xolding.

Moliyaviy xolding faqat maxsus nazorat va boshqaruv maqsadlarida tuziladi. Sarmoyasining 50 foizidan ko'pini boshqa yemitentlarning qimmatli qog'ozlari va boshqa moliyaviy aktivlar tashkil qiladigan xolding moliyaviy xolding hisoblanadi. Moliyaviy xoldinglar avktivlari tarkibiga faqat qimmatli qog'ozlar va boshqa moliyaviy aktivlar, shuningdek, xoldingni boshqarish apparatining faoliyatini ta'minlash uchun bevosita zarur bo'lgan mol-mulk kirishi mumkin.

Ularga kuzatuv kengashi, boshqaruv va sho'ba korxonalarini boshqaradigan boshqa organlarga kirishga ruhsat berilmaydi.

Moliyaviy xoldinglar o'zlariga tegishli aksiyalar bilan faqat tashkil qilingan qimmatli qog'ozlar bozorida, ya'ni fond birjalarida bitimlarni amalga oshiradi. Bu talabni bajarmaslik amalga oshirilgan bitimlarning bekor qilinishiga sabab bo'ladi.

Aralash xolding – nazorat va boshqaruv vazifalari bilan bir qatorda sanoat, savdo, transport, kredit-moliya va boshqa sohalarda tadbirkorlik faoliyati bilan ham shug'ullanish maqsadlarida tuziladi.

O'zbekistan Respublikasi qonunchiligiga binoan xolding kompaniyalari quyidagi yo'llar bilan tashkil etiladi:

- yirik korxonalarni qayta tashkil qilishda ularning tarkibiy bo'linmalarini mustaqil yuridik shaxs (sho'ba korxonalar) sifatida bunyod etish yo'li bilan;

- yuridik jihatdan mustaqil korxonalarning aksiya paketlarini birlashtirish yo'li bilan;

- yangi aksiyadorlik jamiyatlarini ta'sis etish yo'li bilan.

Xoldinglar monopoliyaga qarshi organning ruxsati bilan tashkil etiladi. Xoldingni tashkil etishga ruxsat olish uchun monopoliyaga qarshi organga boshqa hujjatlar bilan birga:

- nizom loyihasi;

- xoldingni tuzishga xohish haqida bayonnoma yoki ta'sis chilar shartnomasi;

- tuziladigan xoldingga kiritish uchun tavsiya qilinayotgan korxonalar ro'yxati;

- shu korxonalardan har qaysisining xo'jalik faoliyati turlari va hajmi haqidagi ma'lumotlar topshiriladi.

Agar xoldingni tuzish biron bir mahsulot (ishlar, xizmatlar) ishlab chiqarish monopoliyasiga olib keladigan bo'lsa, bunday xoldingni tuzishga ruxsat berilmaydi.

Davlat korxonalari – bu davlat mulki bo'lgan va uning nazorati ostida ishlovchi korxonalar bo'lib, ular ishlab chiqarishdagi davlat sektorini tashkil etadi, eng muhim va mas'uliyatli vazifalar (mudofaa, aloqa, energetika, transport va boshqalar)ni bajaradi. Qo'shma (aralash) korxonalar xususiy, davlat va jamoa mulkining aralash mablag'lariga tayanadi.

Aralash firmalar milliy va xorijiy kapitalga tayangan hissadorlik qoidasiga binoan tashkil topadi, foydasi shunga qarab taqsimlanadi.

Qo'shma korxona tuzishga hamkorlarni nima majbur qiladi? AQSH olimlari quyidagi omillarni keltiradilar:

- kapital xarajatlar hajmining qisqarib ketishi va yangi quvvatlarni barpo etishdagi xavotirlik;

- aniq geografik bozorga o'tish;

- yangi faoliyat sohasiga o'tish;

- ishlab chiqarish sohasining bazasi yoki xom ashyo manbaini qo'lga kiritish;

- ishlayotgan ishlab chiqarish liniyalarining kengayganligi; tovar yoki xizmatlarni sotishning yangi tarmoqlari paydo bo'lganligi;

- mavjud marketingning samaradorligi oshganligi; takrorlanib turuvchi yoki mavsumiy beqarorlikni bartaraf etish imkoniyati;

- qo'shma korxonadagi hamkorlar yordamida ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish imkoniyati.

Qo'shma korxonalar o'zaro manfaatdorlik negizida, hukumatlararo shartnomalar asosida tashkil qilinib, ilmiy-ishlab chiqarish, ilmiytexnik va boshqa vazifalarni yechishga qaratilgan. Ular sanoat, qishloq xo'jaligi, qurilish, transport, savdo, fan va xalq xo'jaligining boshqa sohalarida tarkib topishi mumkin.

Qo'shma korxonalar, asosan, chet el texnikasi va texnologiyasi asosida barpo etilib, maxalliy xom ashyo va ish kuchi hisobiga ishlaydi. Korxona o'zining mustaqil balansiga ega bo'ladi va xo'jalik hisobi asosida faoliyat yuritadi. Respublikamizda AQSH, Italiya, Turkiya, Fransiya, Germaniya, Angliya, Koreya, Yaponiya kabi qator davlatlar kompaniyalari bilan hamkorlikda qo'shma korxonalar qurilib, ishga tushirilgan.

Konsern – bu ishlab chiqarish diversifikasiyasi, ya'ni korxonalarning faoliyat sohaları va ishlab chiqaradigan mahsulotlari turining kengayishi, yangilanib turishi asosida tarkib topadigan yirik ko'p tarmoqli korporasiya.

Konsern tarkibiga sanoat, transport, savdo, bank kabi tarmoqlarga tegishli, ayrim hollarda, dunyoning ko'pgina mamlakatlarida joylashgan unlab va yuzlab korxonalar ixtiyoriy asoslarda kiradi. Konsern tarkibiga kirgan korxona va tashkishyutlar orasida o'zaro korporasiyalangan turg'un aloqalar mavjud bo'lib, ular konsern rivoji yo'lida umumiy moliyaviy resurslardan va yagona ilmiy-texnik imkoniyatlardan mushtarak foydalanadilar.

Konsorsium – bu aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarning muvaqqat birlashmasidir.

Konsorsium a'zolarining huquq va majburiyatlari konsorsium to'g'risidagi bitimda belgilab qo'yiladi.

Qo'yilgan vazifani bajarish uchun konsorsium ishtirokchilari badallari hisobidan yagona moliyaviy va moddiy fondlar barpo etadilar, byudjet mablag'lari va davlat bankidan kreditlar oladilar.

Vazifa bajarilgach, konsorsium tarqaladi. Konsorsiumlarga boshqaruv bo'yicha qo'mitalar, direktorlar kengashi kabilar boshchilik qiladi. Konsorsiumlar aviasiya, kosmos, kompyuterlar, aloqa kabi yuksak texnologik va katta miqdordagi sarmoyali sohalarda keng tarqalgan.

Konsessiya – bu lotincha so'zdan olingan bo'lib, ruxsat, yon berish ma'nosini anglatadi. Milliy iqtisodiyotni rivojlantirish yoki tiklash, tabiiy boyliklarni o'zlashtirish maqsadida davlat yoki munisipalitetga qarashli yer uchastkalari, qazilma boyliklar, mol-mulk, korxonalar va boshqa xo'jalik ob'yektlarini muayyan muddatga va shartlar bilan foydalanish uchun chet ellik investorga davlat nomidan beriladigan ruxsatnoma, ular bilan tuziladigan shartnoma yoki kelishuv. Konsessiyachilik faoliyatida vujudga keladigan huquqiy munosabatlar O'zbekiston Respublikasining "Konsessiyalar to'g'risida"gi qonuni bilan tartibga solinib turiladi.

Kooperativ – bu kooperasiyaning birlamchi bo'g'ini.
Kooperasiya esa:

- mehnatni tashkil etish shakllaridan biri, ko'pchilik xodimlar bir mehnat jarayonida yoki o'zaro bog'liq turli mehnat jarayonlarida hamkorlikda ishtirok etadilar;

- guruh mulkchiligiga asoslangan xo'jalik yuritish sharti;

- ma'lum bir mahsulotni o'zaro hamkorlikda tayyorlash bilan band bo'lgan korxonalar o'rtasidagi uzoq muddatli va barqaror aloqalar shakli.

Kooperativ – bu yuridik shaxs huquqiga ega bo'lgan, xo'jalik yurituvchi sub'yekt. U jamoa mulki huquqidagi mulkka egalik qiladi, undan foydalanadi va tasarruf etadi.

Kartel – bu monopolistik birlashma shakli. Bir tarmoqdagi mustaqil korxonalar narxlar, bozor, ishlab chiqarishning

umumiy hajmida har bir ishtirokchining hissasi, ish kuchi yollash, patentlar va boshqa masalalarda o'zaro bitim tuziladi. Bu tuzilmaning maqsadi monopol foyda olishdir.

Sindikar – bu monopolistik birlashmaning bir turi. Ular bir tarmoq korxonalari huquqiy va ishlab chiqarish mustaqilligini saqlab qolgan holda:

- buyurtmalarni taqsimlash;
- xom ashyo sotib olish;
- ishlab chiqarilgan mahsulotni sotish uchun o'zlarining tijorat faoliyatlarini birlashtirib, yagona idora tuzadilar.

Venchur korxonalar – bu kichik biznesning bir turi bo'lib, ular:

- ilmiy muhandislik ishlarini bajarish;
- yangi texnika, texnologiya, tovar namunalarini yaratish;
- ishlab chiqarishni boshqarish;
- tijorat ishini tashkil etish usullarini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish;
- yirik firmalar va davlat ijara kontrakti buyurtmalarini bajarish kabi ishlarni amalga oshiradilar.

Bu vazifalarni ular davlat va yirik firmalar buyurtmasiga binoan kontrakt-bitimlar asosida bajarishadi.

Venchur korxonalar texnikaning yangi yo'nalishlarida faollik ko'rsatadi va bu bilan fan-texnika taraqqiyotiga o'z hissasini qo'shadi.

Ijara korxona – bu mol-mulkni yollash bo'yicha mulk egasi bilan tadbirkor o'rtasidagi iqtisodiy munosabat.

Ijara shartnomasiga asosan bir tomon (ijaraga beruvchi) ikkinchi tomonga (ijarachi) ma'lum to'lov evaziga va ma'lum shartga ko'ra mol-mulkini vaqtincha foydalanish uchun beradi.

Bugungi kunda sanoat va boshqa sohalarda ijara korxonalari paydo bo'la boshladi va mulkni davlat tasarrufidan chiqarishning bir ko'rinishi bo'lib, ijara muddati davrida korxona jamoasi shu korxona mulkining egasi bo'lib qoladi.

Konsalting – bu ishlab chiqarishga ish yuzasidan xizmat ko'rsatish sohasida ixtisoslashgan firmalarning o'z mijozlariga

maslahat xizmati ko'rsatish va texnik loyihalarni ekspertiza qilish bilan bog'liq iqtisodiy faoliyatdir.

Konsalting firmalarining asosiy vazifalari quyidagilardir:

- tadbirkorlik tashabbuslarini amalga oshirish uchun sheriklar tanlash;

- maslahatchilik tashkilotlarining taraqqiy topishiga va xorijiy investisiyalarni jalb etishga ko'maklashish;

- yagona axborot-so'rovnoma fondini yaratish va yagona reklama strategiyasi (yo'nalishi)ni amalga oshirish yo'li bilan ularning a'zolari faoliyatini umum maqsadlar yo'lida jamlash va hokazo.

Konsalting firmalarining kichik biznes sohasida keng tarqalgan maslahat xizmatlari quyidagilardan iborat:

- barcha mulk shakllaridagi korxonalarni ro'yxatga olish uchun ta'sis hujjatlarni tayyorlash bo'yicha maslahatlar berish;

- marketing bo'yicha izlanishlar o'tkazish;

- xususiylashtirish, aksiyadorlashtirish dasturlarini ishlab chiqish;

- tashqi iqtisodiy faoliyat bo'yicha maslahat berish;

- reklama strategiyasini ishlab chiqish, reklama materiallarini tayyorlash va ularni tarqatish;

- huquq, moliya va boshqaruv masalalari bo'yicha maslahatlar berish;

- intellektual mulkni himoya qilish masalasi bo'yicha maslahatlar berish;

- ishchi xizmatchilarni tayyorlash va malakasini oshirish;

- tadbirkorlik va kichik biznesni taraqqiy toptirishga xizmat qiluvchi tadbirlarni o'tkazish;

- xavfsizlik texnikasi, ishlab chiqarish sanitariyasi, madaniyat, atrofmuhitni himoya qilish masalalari bo'yicha maslahatlar berish;

- investisiyalarni jalb qilish, imtiyozli kredit olish, zaruriy resurslarni va kapitallarni sotib olish bo'yicha maslahatlar berish va h.k.

Injining korxona – muxandislik-maslahat xizmatlarni tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiradi.

Bunday korxona (firma):

- ishlab chiqarishni ta'minlash;
- mahsulot sotishni uyushtirish;
- ishlab chiqarish ob'yektlarini qurib, ishga tushirish yuzasidan maslahat berish bilan shug'ullanadi.

Eksport injiniring firmalari boshqa mamlakatlarga xizmat ko'rsatadi, chet eldagi ilmiy g'oyalar va texnik ishlanmalarni xorijda joriy etadi, murakkab va ulkan loyihalarni amalga oshiradi. Injiniring bilan birga mashina va uskunalarni eksport qilib, yetkazib beradi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Tadbirkorlikning qanday turlarini bilasiz?
2. Ishlab chiqarish tadbirkorligining mohiyati nimadan iborat?
3. Tijorat tadbirkorligining mohiyatini tushuntirib bering.
4. Moliyaviy tadbirkorlikning faoliyat mohiyati nimadan iborat?
5. Konsalting nima? Uning istiqboli haqida gapirib bering.
6. Tadbirkorlikning qanday shakllarini bilasiz?
7. Yakka tadbirkorlik nima? U qanday turlarga bo'linadi?
8. Xususiy tadbirkorlik yakka tadbirkorlikdan nima bilan farq qiladi.
9. Aksiyadorlik jamiyatlari qanday turlarga bo'linadi?
10. Xolding kompaniyalari faoliyati to'g'risida gapirib bering?
11. Qanday korxonalar injiniring korxona hisoblanadi, ularning asosiy faoliyati nimalardan iborat?

4-BOB. TADBIRKORLIK VA BIZNES

4.1. Tadbirkorlik va biznes tushunchalari mazmuni

Tadbirkorlik faoliyati - bu xo'jalik faoliyatini (ishlab chiqarish yoki savdo) asosiy turidir. Bu faoliyat turi jismoniy va yuridik shaxslar tomonidan amalga oshiriladi, o'z nomidan va uning xavf-xatariga doimiy asosda, ular tadbirkorlar deb aniqlanadi. Bu faoliyat davlat xuquqiy normalariga rioya qiladi va o'z faoliyati uchun mulkiy javobgarlikni, xamda bozor xo'jaligining alohida sub'yektlarini resurs va kapitallarni eng yaxshi ishlatish yo'li bilan ko'zlangan natijaga yetishishni ko'zlaydi. Bu tushunchani hamma tashkil etuvchilarini ko'rib chiqamiz. Tadbirkorlik alohida faoliyat turi sifatida bu faoliyat sub'yektlarida ma'lum bir fikrlash doirasi, o'zga xo'jalik xulqi va stilini taqazo etadi.

Tadbirkorlik faoliyatining eng muhim vazifasi individual tadbirkor faoliyatini yoki firmaning samarali ishlashini ta'minlashdan iborat. Bu esa yangi sharoit va yangiliklarni, hamda xilma-xil manbalarda qo'yilgan vazifalarni hal etish uchun resurslardan foydalanishni ko'zlaydi. Tadbirkorlik mustaqil faoliyat sifatida bu faoliyat sub'yektlarini turli yo'nalishlarda erkinligini va mustaqilligini taqazo etadi. Tadbirkorlik faoliyatini tur va sohalarini tanlash.

Faoliyatning usul va yo'nalishlarini tanlash. Xo'jalik qarorlarini qabul qilish va ularni amalga oshirish vositalari ishlab chiqarish dasturini tuzish, moliyalashtirish manbalarini, mahsulot yetkazuvchilar, mehnat resurslari olish manbalarini tanlash.

Mehnat haqini va tizimini hamda yo'llanma bo'yicha ishlaydigan shaxslarning daromad turlarini belgilash. Mahsulot va xizmatlarga ta'rif va baholar pog'onasini belgilash tadbirkorlik faoliyatining soliq va boshqa majburiy to'lovlardan qoladigan foyda (daromad)dan foydalanish. Tadbirkorlik xo'jalik faoliyati sifatida shaxsiy tadbirkorlik yoki firma faoliyatini sohasi

va turidan qat'iy nazar xo'jalik jarayonini tashkil etish va boshqarishni taqazo etadi. Xo'jalik faoliyati quyidagi turlarni qamrab olishi mumkin.

Tadbirkorlik faoliyati yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan amalga oshiriladi. **Jismoniy shaxslar** - bu yakka tadbirkorlar.

Yuridik shaxs - bu mulkiy xuquq va majburiyatlarni oluvchi. U xo'jalik oborotida o'z nomidan chiqadi. Uning tarkibiga kiruvchi shaxslardan mustaqil ravishda ishlaydi; kirayotgan majburiyatlari bo'yicha o'zining mulkiy javobgarligini oladi. Yuridik shaxsning mulki a'zolarining shaxsiy mulkiga ajratiladi. Jismoniy shaxslarning tadbirkorlik faoliyati yakka tartibdagi xususiy tadbirkorlik faoliyatiga kiradi. Yuridik shaxslarning tadbirkorlik faoliyati jamoa tadbirkorligiga kiradi.

Tadbirkorlik faoliyatini ikkala shakli ham tadbirkorlik sub'yektlariga tegishli mulk va kapitalni xususiyligiga asoslangani kabi, chetdan olinadigan moliyaviy mablag'larga ham asoslangan. Tadbirkorlik faoliyatining ikkala shaklida ham ishchilarning yollanma mehnati ham qo'llanishi ham qo'llanmasligi mumkin. Yakka tadbirkor aniq mulkka qo'yilgan kapital mulkdori bo'lishi mumkin, egalik qilish xuquqi foydalanish xuquqini oladi, ya'ni kerakli resurslardan foydalanib xo'jalik jarayonini tashkil etishga qo'yayotgan mulkning yakka tadbirkor jismoniy shaxs sifatida o'z kapital va mulkiga ega bo'lmasligi ham mumkin, lekin natijada tadbirkorlik daromadini va foydani olish bo'lgan xo'jalik faoliyatini tashkillashtirish uchun arenda qilingan mulklarni va zayom mablag'larini jalb qilishi mumkin.

Yakka tadbirkorlik faoliyati zamonaviy sharoitlarda yuqori texnologiya va fikrlar bilan bog'liq yangi sohalarida keng tarqaldi, u jismoniy shaxs sifatida patentlar va ularni tashkillashtirish va ishlab chiqarishga singdirish uchun moliyaviy mablag'larga ega.

Injener va konstruktorlar chiqadi. Yakka tadbirkorning faoliyat sohasi va yo'nalishni tanlashda yirik firmadagi menejerdan ko'ra ancha katta xarakat erkinligiga ega. Tadbirkor xo'jalik faoliyatini o'z nomidan va uz xavfiga amalga oshiradi.

Tadbirkor - bu shaxsiy tashkillashtirishga shaxsiy mablag'larini qo'yayotgan va shaxsiy tavakkalchilikni uning natijalari bilan o'ziga olayotgan shaxs. Boshqa bozor munosabatlari ishtirokchilarini xo'jalikning aloqalarini amalga oshirib, tadbirkor shartnoma (kelishuv) tomoni bo'lib chiqadi. U boshqarayotgan firma yoki o'z nomidan shartnomani imzolash xuquqini aniq shaxsga (boshqaruvchi) berish mumkin va shunday vakolatlar chegarasini belgilaydi.

Tadbirkor quyidagi xuquqlarga ega: o'z faoliyati uchun istalgan turdagi firma ochish; mulk va mulkiy xuquqlarni boshqa firmalardan sotib olish; o'zining mulki bilan bozor munosabatlarining boshqa iqtisodiy sub'yektlar faoliyatida qatnashish; tomonlar kelishuvi bo'yicha jismoniy va yuridik shaxslar mulkni arenda podryad va boshqa shartnomalarda foydalanish; shartnoma va boshqa shartnomalarda ishchilarni yollash yoki bo'shatish pul mablag'larini saqlash uchun bankda o'z nomiga yoki firma nomiga hisob raqami ochish, hisob-kitob, kredit, kassa operatsiyalarini barcha turlari amalga oshirishi, shaxsiy tadbirkorlik faoliyatidan cheklanmagan foyda olish.

Tadbirkor quyidagilarga ega bo'lishi lozim: faoliyat sohasini professional bilish; ma'lum miqdorda marketing faoliyati, boshqaruv bilimlari ishlab chiqarish tajribasi; jalb qilinadigan resurs va pul mablag'lari, bozordagi o'rni va o'z imkoniyatlarini to'g'ri baholay olish; iqtisodiy fikrlash, ishlash madaniyati, amaliy tajriba, ishlab chiqarish tashkil etish, maqsadga erishish va foyda olish uchun o'z tavakkalchiligiga ishonib xarakat qilish; bozor imkoniyatlarini tahlil qilish va foydalanish:

Tadbirkorlar o'z ishini o'z foydasi yoki firma foydasi uchun tashkil etadi. Shuning uchun tadbirkorlik faoliyatiga eng kuchli motivatsiyalar xosdir. Yuqori texnologiyali sohalarida shaxsiy ish odatda konkret ilmiy-texnik fikrlar bilan bog'langan bo'ladi. Chunki tadbirkorlar mahsulot yaratish texnologiyasini yaxshi tushunishadi.

Tadbirkorlik 2 yoki 3 ta bitim asosida emas, balki davomiy tarzda amalga oshiriladi.

Bu yerda gap tizimli, stabil tashkillashtirilgan xo'jalik faoliyatini yakuniy natija sifatida keyingi rivojlanishni maqsad qilib olishida ketyapti.

Bu esa foyda o'sishi va moliyaviy muammolarni hamda tashkiliy kamchiliklarni omadli hal etish, firmaning muqobil rivojini va samarali faoliyatini ta'minlovchi texnologik resurs va boshqa imkoniyatlarini topish.

Tadbirkorlik faoliyati konversion omadga erishishga yo'naltirilgan; foyda va tadbirkorlik daromadi olish, bu egalik qilishning bunday faoliyat amalga oshiriladigan bozor shartlari bilan kelishilgan va faqatgina iqtisodiyotning bozor tizimi bilan bog'liq. Tadbirkorlikning sof foydasini ko'p qismi shaxsiy iste'molga emas, balki keyingi xo'jalik faoliyatining samaraliroq yo'nalishlarini rivojlanishga yo'naltiriladi.

Tadbirkorlik faoliyati kapitalni eng yaxshi tarzda ishlatishga yo'naltirilgan: shaxsiy va boshqa mulk hamda moliyaviy, material, texnik va mehnat resurslari.

Tadbirkorlar mulk xo'jaligi foydalanuvchi va boshqaruvchisi sifatida chiqadi. Bu esa mulk sub'yekti sifatida uning xarakatlarini qamrab oladi, ya'ni uning davriy qaytarilishidagi real jarayonini amalga oshirish uchun zarur, ya'ni:

- erkin va mustaqil ravishda qarorlar qabul qilish imkoni, ya'ni egalikni uning haqiqiy ko'rinishida amalga oshirish;
- ishlab chiqarishning barcha ishtirokchilarini va faoliyatining barcha turlarini muvofiqlashtirish;
- ishlab chiqarish va sub'yektni tashkillashtirish, pul mablag'lari xarajati mulkning arendaga olinishi va berilishi bilan bog'liq.

Ma'lum bir mahsulot ishlab chiqarish va tadbirkorlik foydasini olishda vosita sifatida foydalaniladigan mulkka egalik, foydalanish xuquqiga ega mulkdor -boshqaruvchiga aylanadi, mulkchilik munosabatlari esa – boshqaruv munosabatlariga aylanadi.

Shunday qilib, tadbirkorlikning mohiyati shundaki, bozorning uzgaruvchan sharoitida kapital, mulk, patent xuquqlari va resurslar ko'rinishlari, kapital mulkni eng yaxshi ishlatish imkonini topish va bu imkoniyatlarni amaliy faoliyatga aylanishiga erishish. Tadbirkorlik iqtisodiyoti alohida bozor xo'jaligini sub'yektlarini bulishini taqazo etadi, kaysikim o'zaro xuquqiy, yuridik, moliyaviy va boshqa munosabatlarga kirishadi. Bunday sub'yektlarni kontragent, tomonlar va boshqalar deb ataladi. Iqtisodiy alohidalik ularning xo'jalik erkinligini va ularning faoliyat natijalari uchun mulkiy javobgarlikni bildiradi.

Bozor xo'jaligining iqtisodiy alohida sub'yektlaridan bozorning firma tuzilmalari shakllanadi – milliy, jahon, sohali.

Bozorda doim yirik va kichik firmalar polyarizasiyasi bo'ladi, raqobat bo'ladi, natijada kaysidir firmalar bankrot bo'ladi, boshqalari bankrot kontragent yoki raqobatchilarni yutib yuboradi yoki o'rnida tashkil topadi, natijada bozorning firma tuzilmasi o'zgaradi va har qaysi firma bozordagi qismiga bog'liq holda unda ma'lum o'rinni egallashga xarakat qiladi. Zamonaviy sharoitlarda boshqaruvning tarqatilishi yirik firmalarda va ularning tuzilmasida ko'p sonda bo'limlar paydo bo'lishiga olib keladi, ular bozorda iqtisodiyotga qaratilgan mustaqil sub'yektlar sifatida chiqadi, hamda xo'jalik va ko'pgina yuridik mustaqillikka ega, lekin bosh firmaning umumiy global siyosatiga bog'liq holda xarakat qiladi. Shuning uchun nazarda tutish kerakki, istalgan mamlakatda zamonaviy bozor tuzilmasini yirik firmalar aniqlaydi, qaysiki iqtisodiyotni muqobil o'rnini quvvatlaydi va mahsulotni jahon bozorida yuqori darajadagi raqobatbardoshligini ta'minlaydi.

Tadbirkorlik faoliyati sub'yektning xo'jalik faoliyati natijalari uchun mulkiy javobgarlikni taqazo etadi. O'z faoliyatini yuridik shaxs tashkilisiz olib borayotgan tadbirkor faoliyat bilan bog'liq majburiyatlarga mamlakat qonunida ko'rsatilgan mulk ko'rinishidan tashqari butun mulki bilan javob beradi.

O'z faoliyatini yuridik shaxs sifatida olib borayotgan tadbirkor firmaning xuquqiy xolatiga qarab mulkiy javobgarlikni

oladi yoki butun kapital va shaxsiy mulk bilan, yoki faqat kapital bilan. Tadbirkorlik ishi natijalari uchun jamoa ma'muriy javobgarlikni emas, balki shaxsiy iqtisodiy javobgarlikni taqazo etadi.

Tadbirkor majburiyatlari:

- ishchilar bilan yollanma shartnomalarni tuzish va lozim vaqtda kasaba uyushmalari bilan;

- shartnoma shartlari bo'yicha yollanib ishlaydigan ishchilar mehnatiga haq to'lashni amalga oshirish;

- ishlab chiqarilgan tovar (xizmat, ish)ni lozim sifatini ta'minlash;

- tadbirkorlarning qonuniy talab va xuquqlariga amal qilish;

- ishchilarga lozim mehnat sharoitlarini yaratish;

- yollanib ishlaydigan shaxslarni ta'minlash va sug'urtalash bo'yicha sug'urta va pension fondlarga chegirmalar ajratish;

- texnika xavfsizligi va ekologiya xavfsizligini ta'minlash bo'yicha choralarni amalga oshirish.

Tadbirkorlik faoliyatining xuquqiy normalari yakka tadbirkor yoki firma faoliyatini to'xtatish tartibini o'z ichiga oladi, qaysikim sud tomonidan tadbirkorlik faoliyatini tuxtatish yoki bankrotlik natijasida, qonun buzilishi va boshqa xollarni ham nazarda tutadi. Har qaysi xolatda tadbirkorlik faoliyatini tugatish tartibi va muddati ko'rsatiladi. Tadbirkorlik tushunchasining mazmuniga biznes tushunchasi kiradi.

Biznes – bu ish, ish faoliyatidir. Biznesda sub'yekt bo'lib bozordagi harakatlarda erkin kapitalning yakka mulkdorlari chiqishi mumkin – bu jismoniy shaxs, hamda (yuridik shaxs sifatida chiqayotgan), (firma kapitalini mulkdorlari). Biznes sub'yektlari sifatida bankdan xo'jalik faoliyatini yuritish uchun zayom yoki kredit olgan kapital zayomchilar chiqishi mumkin. Asosiysi sub'yektning biznesda oborotga tushayotgan kapitali bo'lishi. Bunday kapital faqat pul ko'rinishida emas, balki tovar yoki xizmatlar ko'rinishida ham bo'lishi mumkin. Biznes sub'yektlari bo'lib ham notadbirkor tashkilot va korxonalar chiqishi mumkin, qaytariladigan tarzda pul yoki tovar

ko‘rinishida savdo bitimlarini amalga oshiradigan hamma biznes sub’yektlari, firma yoki shaxsning xuquqiy xolatiga mos xolda o‘z mamlakatining qonunchiligiga asosan faoliyati natijalariga javobgardir.

Biznes – tadbirkorlik faoliyatiga qaraganda, yanada kengroq tushunchadir. Chunki biznesga daromad olishga yo‘naltirilgan, har qanday faoliyat sohasidagi har qanday bir martalik kommersion kelishuvlar kiradi.

Kichik biznesning iqtisodiyotdagi ahamiyatini tavsiflovchi to‘rt asosiy ko‘rsatkichni belgilash mumkin. Bular uning: ro‘yxatga olingan, shuningdek, haqiqatan faoliyat ko‘rsatayotgan korxonalar umumiy sonidagi hissasi; YAIMda, sanoat, qishloq xo‘jalik mahsuloti hajmida, qurilish ishlari, savdo va xizmat ko‘rsatish sohasidagi hissasi; iqtisodiyotda band aholi sonidagi hissasi; eksport mahsuloti hajmidagi hissasi.

4.2. Tadbirkorlik va biznesning iqtisodiyotda tutgan o‘rni

O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan islohotlar jarayonida mulkchilikni isloh qilish, hususiy mulkchilikni har tomonlama kengaytirish, kichik va o‘rta biznesni rivojlantirishga alohida e‘tibor qaratilmoqda. Bunda mahalliy aholining tadbirkorlik faoliyatiga an‘anaviy moyilligi muhim o‘rin tutadi va u muayyan tarixiy asoslarga ega. Asrlar mobaynida O‘zbekiston orqali Yevro Osiyo mintaqasining muhim savdo va transport yo‘llari o‘tgan, Samarqand, Buxoro, Xiva, Qo‘qon kabi shaharlar esa o‘zining xunarmandlari hamda savdogarlari bilan mashhur bo‘lib kelgan.

Davlat yakka hukumron bo‘lgan iqtisodiyotdan erkin bozorga o‘tish davrida to‘la qonlik raqobatchilik muhitini yaratishning ahamiyati katta bo‘lib, buni siz ishlab chiqarish samaradorligining zamonaviy darajasiga erishish qiyin. Bu muammoni hal etishda ham kichik va o‘rta korxonalarga o‘rin berilgan va ularni yalpisiga rivojlantirmay turib, haqiqiy raqobatni yuzaga keltirib bo‘lmaydi.

Bozor iqtisodiyoti sub'yektlarining xo'jalik faoliyatida «tadbirkorlik» va «biznes» tushunchalari o'zaro yaqin bo'lib, amaliyotda ular bir – birini almashtirishlari mumkin. Rus adabiy tili lug'atida «biznesmen» go'yoki tadbirkor, ishchan deb bilinsa, «biznes» esa – faoliyat, foyda keltiruvchi mashg'ulot deb tushuniladi. «tadbirkor» va «biznesmen» kabi tushunchalar bilan ishlab chiqarish, dallolchilik, savdo, moliyaviy va innovasiya faoliyatlari bilan shug'ullanuvchi va ma'lum miqdorda daromad olish niyatidagi inson ifodalanadi.

«Tadbirkor» va «Biznesmen» kabi tushunchalar ularning iqtisodiy faoliyat sohalari ko'rilayotganda ma'nodosh deb hisoblanmaydi. «Biznes» tushunchasi «Tadbirkor»dan ancha kam ma'noga ega deb qaraladi. G'arb davlatlarining bozor iqtisodiyoti haqidagi adabiyotlarida, biznes – jamiyatning talab va xohishlarini qondirishga qaratilgan ishlab chiqarish tizimi, deb tushuntiriladi.

Tadbirkorlik faoliyati biznesning bir shakli sifatida namoyon bo'ladi va uning turli sohaslarida amalga oshiriladi. «Tadbirkorlik to'g'risida»gi qonunga asosan tadbirkorlik – fuqarolarning foyda yoki shaxsiy daromad olishga yo'naltirilgan mustaqil, tashabbuskor faoliyati bo'lib, u fuqaroning o'zining yoki yuridik shaxsning mulkiy javobgarligi asosida amalga oshiriladi. Shunday qilib, tadbirkor to'la yoki qisman moddiy mablag'iga yoki moliyaviy resurslarga ega bo'lgan g'ayratli inson bo'lib, u ushbu resurslarni o'z ishini tashkil qilish uchun ishga soladi.

Kichik va o'rta biznesning iqtisodiyotdagi tutgan roli o'rniga baho berishda, eng avvalo, iqtisodiy taraqqiyot uchun muhim ahamiyatga ega bo'lgan miqdoriy ko'rsatkichlarga asosiy e'tiborni qaratish lozim. Bunday ko'rsatkichlar jumlasiga kichik va o'rta biznesning yalpi ichki mahsulot, jami ish bilan band bo'lganlar, kapital quyilmalar, eksport va boshqalardagi ulushini kiritish mumkin. Shu bilan birga, mamlakatdagi kichik va o'rta korxonalarning umumiy soni va har ming kishiga to'g'ri keladigan kichik va o'rta korxonalar soni ham mazkur sektorning

rivojlanganlik darajasi to'g'risida fikr yuritishga imkon beradi.

Tadbirkorlik taraqqiyotini ta'minlovchi asosiy omillar quyidagilardan iborat:

- xalq xo'jaligi tarmoqlarining bozor munosabatlariga o'tishi va iste'mol bozorining yaratilishi. Bu manfaat va talab doirasini kengaytiradi hamda faqat ommaviy talabdagi tovar va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojni yaratib qolmaydi, balki individual talab bo'lgan narsalarga ehtiyojni ham tug'diradi. Bunday talab va ehtiyojlarni tez va sifatli qilib faqat kichik korxonalargina qondira oladi;

- tadbirkorlarning mulki, huquqi va iqtisodiy manfaatlarining himoyalinishiga huquqiy va davlat tarkibidagi idoralar kafolatining mavjudligi;

- ishbilarmonlikning davlat tomonidan soliq, moliyaviy kredit va amortizasiya siyosati orqali munosib qo'llab - quvvatlanishi;

- davlat va munisipal korxonalarini davlat tasarrufidan chiqarish, xususiylashtirish va kichik firmalarni bunyod etish;

- kam daromad, past rentabelli va zarar ko'rib ishlovchi korxonalarning bankrotlik inqirozga uchrashining aniqligi va ular asosida xususiy kichik korxonalar tashkil qilish;

- Davlatning ijtimoiy – siyosiy jihatdan barqaror holati;

- jamiyatning tadbirkorlik to'g'risidagi ijobiy muruvvatli fikri;

- ishbilarmonlikning tashkiliy – huquqiy shaklini to'g'ri tanlash;

- bozor iqtisodiyoti infrastrukturasi bilan tezkorlik bilan taraqqiy topishi.

5-BOB. NIMA UCHUN AYNAN TADBIRKORLIK?

5.1. Biznesda tadbirkorlik foydasini anglash

Iqtisodiyot fanida tadbirkorlik faoliyatiga doir dastlabki tadqiqotlar XVIII asrda R. Kontilon, A. Tyurgo, F. Kene, A. Smit va J.B. Sei asarlarida amalga oshirila boshlandi. Biroq hozirga qadar jamoatchilik fikrida «tadbirkorlik» tushunchasining ko'p ma'noliligi saqlanib qolmoqda. Ko'pincha ilmiy adabiyotlarda ushbu tushuncha haqida, bu favqulodda hodisaning iqtisodiy, tashkiliy va ruhiy tavsiflari to'plamidan iborat, degan tasavvurlar mavjud.

Dastlabki bosqichlarda tadbirkorlikning eng muhim alomati biron-bir shaxs - tadbirkor faoliyatining foydali yoki zararililigini belgilovchi noaniqlik omili sifatida baholangan. Tadbirkorlikning ijtimoiy-iqtisodiy vazifasi turli bozorlarda talab bilan taklif orasida muvozanat o'rnatishga doir takomillik faoliyatidan iborat deb tan olingan.

Keyinchalik «sarmoya egasi» va «tadbirkor» tushunchalari bir-biridan farqlana boshlandi. Tadbirkor sarmoyani muomalada yuritishni, ko'payib borishini ta'minlaydi va bu borada u «venchur» sarmoyador, ya'ni jalb qilingan moliyaviy mablag'larni ustalik bilan tasarruf etuvchi shaxs sifatida ishni yuritib yuborishga o'z g'oyalari, bilimi va ko'nikmalarini tatbiq qilib, ko'p foyda olish maqsadida o'sha mablag'larni tavakkal ishlarga sarflaydi.

«Biznes» so'zi inglizcha bo'lib, u ***tadbirkorlik faoliyati*** yoki boshqacha so'z bilan aytganda, kishilarni foyda olishga qaratilgan tadbirkorlik faoliyatidir.

«Biznesmen» (tadbirkor) atamasi birinchi marotaba Angliya iqtisodiyotida XVIII asrda paydo bo'lib, u «mulk egasi» degan ma'noni bildiradi. Jumladan, Adam Smit tadbirkorni mulk egasi sifatida ta'riflab, uni foyda olish uchun qandaydir tijorat g'oyasini amalga oshirish maqsadida iqtisodiy tavakkalchilikka boradigan kishidir, deb ta'kidlaydi.

Tadbirkorning o'zi, o'z ishini rejalashtiradi, ishlab chiqarishni tashkil etadi, mahsulotni sotadi va olgan daromadiga o'zi xo'jayinlik qiladi.

Biznes - bu avvalo, ishlab chiqarishni tashkil etish, iqtisodiy faoliyat va munosabatlar, hayotning o'zi, so'ngra esa pul ishlash demakdir. Biznes - bu xorijiy so'z bo'lib, u butun dunyo bo'yicha tarqalgan, undan barcha mamlakatlarda foydalanadilar. O'zbek tilida esa biznes so'zi tadbirkorlik, biznesmen esa tadbirkor demakdir. O'zbekcha so'z xorijiy so'zga to'g'ri keladi, lekin unga qo'shimcha ma'no ham beradi. Bu so'zlar ortida «ish», ya'ni ish bilan shug'ullanish yoki korxona tashkil qilish yotadi. Shunday qilib, biznes - bu korxona tashkil qilish demakdir (sanoat korxonasi, savdo do'koni, xizmat ko'rsatish korxonasi, auditorlik kontorasi, advokat idorasi, bank va h.k.). Demak, biznes - bu yo'q narsadan pul qilish emas, balki murakkab ishlab chiqarishni yoki xizmat ko'rsatishni tashkil etish demakdir. Tadbirkor - bu doimo o'z ishining fidoyisi, bilimdonidir. Tadbirkorlik uchun o'qish kerak, nafaqat, dastlabki paytlarda, balki tadbirkor bir umr o'qishi, izlanishda bo'lishi kerak.

Tadbirkorlik bozor iqtisodiyotiga xos iqtisodiy faoliyatdir. Boshqacha aytganda, u muayyan ijtimoiy-iqtisodiy natijaga erishish maqsadida tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish va ayirboshlashni tashkil etish bo'yicha mulkdorlarning yoki ular vakillarining ongli va maqsadli iqtisodiy faoliyatidir.

O'zbekiston Respublikasi «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi Qonunida tadbirkorlik faoliyati tushunchasiga quyidagicha ta'rif berilgan: «Tadbirkorlik faoliyati (tadbirkorlik) — tadbirkorlik faoliyati subyektlari tomonidan qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan, tavakkal qilib va o'z mulkiy javobgarligi ostida daromad (foyda) olishga qaratilgan tashabbuskor faoliyat».

Tadbirkorlikning mohiyati quyidagilar orqali yanada oydinlashadi.

Birinchidan, tadbirkorlikning subyekti kim bo'lishi mumkin? Qonunchilikka muvofiq, balog'at yoshiga yetgan har

bir fuqaro o'z mulki asosida yoki mulk egasining vakolati asosida o'zi ixtiyor etgan qonunga zid bo'lmagan faoliyat turi bilan shug'ullanishi mumkin.

Ikkinchidan, yuqoridagi ta'rifda tadbirkorlikning yana bir tomoni — mazmuni ifoda etilgan bo'lib, u mazmunan boy, xilma-xil ko'rinishga ega. Tadbirkorlik faoliyatini tanlash, uni tashkil etish va rivojlantirish mohiyat jihatidan davlat, jamiyat ahamiyatiga molik ish bo'lmasdan, balki erkin tanlanadigan faoliyatdir. Tadbirkorlik faoliyatining uch turi va unga mos ravishda tadbirkorlarning uch guruhini alohida ko'rsatish mumkin:

1) yangi tovar yoki xizmat loyihasini tashkil etish. Tadbirkorlikning bu turi bilan intellektual mulk egalari - innovatsiya tadbirkorlari shug'ullanadi;

2) tovar ishlab chiqarishni tashkil etish bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlar;

3) tovarni sotish, qayta sotish va tijorat ishlarini tashkil etish bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlar.

Uchinchidan, maqsad jihatidan tadbirkorlikning ikki turini:

a) foyda olishni, iqtisodiy samaraga erishishni maqsad qilgan;

b) ijtimoiy samaraga (masalan, tabiat muhofazasi, yosh avlod tarbiyasi, sog'liqni saqlash) erishishni maqsad qilgan turlarini ajratish mumkin.

Tadbirkorlarga xos xususiyatlar quyidagilardan iborat:

1. Shug'ullanayotgan soha bo'yicha bilimga egaligi.
2. Tavakkalchilikka asoslangan qarorlar qabul qilish bo'yicha tashabbuskorlik qobiliyati.
3. Iqtisodiy jarayonlarni chuqur fikrlay olishi.
4. Qonunlarga itoatkorligi.
5. Innovatsiyachilikning faolligi.
6. Maqsad sari intiluvchanlik.
7. Tashkilotchilik.
8. Tejamkor bo'lishi.
9. O'z so'zining ustidan chiqishi.

10. Ruhiy poklik va halolligi.

11. O'z jamoasi uchun kurashuvchanlik.

Tadbirkorlikni rivojlantirish uchun quyidagi shart-sharoitlar talab etiladi:

1. Mulk munosabatlarining uyg'unlashuvi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida mulkiy munosabatlar uch jihat bilan belgilanadi:

- egalik qilish, ya'ni mulk egasi sifatida mulkka to'la hukmronlik qilish: sotish, ijaraga berish, hadya etish;

- foydalanib turish, ya'ni mulk egasining nazorati asosida ma'lum shart va to'lov evaziga mulkdan vaqtincha foydalanish;

- tezkor boshqarishni, ya'ni mulk egasining nazorati ostida resurslarni taqsimlash va ishlab chiqarishni tashkil etish bo'yicha mulkni boshqarish huquqini joriy etish.

2. Tadbirkorlarga o'z qobiliyatini to'la namoyon etish uchun quyidagi iqtisodiy erkinliklarning berilishi:

- mahsulot turlarini va ishlab chiqarish usulini tanlash erkinligi;

- hamkorlarni mustaqil tanlash;

- mablag'larni qonunga zid bo'lmagan sohalarga mustaqil sarflash erkinligi va h.k.

3. Bozorning ochiqligi, ya'ni tovarlar, sarmoyalar, ma'lumotlar, ish kuchi, xomashyo harakati uchun sun'iy g'oyalarning yo'qligi.

4. Bozor infratuzilmasining mavjudligi. Bunga quyidagilar kiradi:

- tijorat banklari;

- tovar, fond, mehnat, valuta birjalari;

- tijorat tavakkalchiligi va mulk sug'urtasi;

- ma'lumot va reklama manbalari, ommaviy axborot vositalari, aloqa vositalari;

- ekspert byurolari, sertifikat markazlari, bojxonalar, soliq nazorati tashkilotlari, arbitrajlar va h.k.

5. Tadbirkorlik uchun huquqiy kafolatning mavjudligi, ya'ni tadbirkorlikni himoyalovchi qonunchilikning mavjudligi.

6. Yangi korxonalarga kadrlar tayyorlash, kredit olish, soliq to'lash, tabiiy boyliklardan foydalanish bo'yicha davlat tomonidan berilgan imtiyozlar va h.k.

Tadbirkor nimalarni bilishi va qilishi kerak? U eng avvalo, tadbirkorlik faoliyatini qanday amalga oshirishni, qanday sharoitda amaliy harakat qilishni, tadbirkor oldida uchraydigan to'siqlarni hal qilish yo'llarini va qanday yutuqlarga erishishni bilishi kerak. Tadbirkor — ishlab chiqarishni tashkil etishni hamda mahsulotni sotishni bilishi lozim.

U bozor munosabatlari sharoitida yuzaga keladigan aniq sharoitlarni baholashi va to'g'ri yo'l tanlay olishi zarur. Hech kim, hech qachon tadbirkorga nima qilishni o'rgatmaydi va og'ir paytlarda yordamga kelmaydi. Har bir tadbirkor faqat o'z kuchiga, bilimiga va zakovatiga ishonishi va suyanishi lozim.

Biznesni muvaffaqiyatli olib borishga ko'maklashuvchi tadbirkorlikning asosiy tamoyillari quyidagilardan iborat:

1. *Mulk sohibi bo'lish.* Bu yerda tadbirkorlar cheklangan resurslar yoki mahsulotlarning egasi bo'lishi kerak. Ular o'z mulkiga tayanib yoki o'zga mulkini ijaraga olib ishlaydi.

2. *Foyda olishga intilish.* Tadbirkorning boyishdan iborat iqtisodiy manfaati bo'lib, unga foyda olish orqali erishiladi.

3. *Iqtisodiy erkinlik.* Tadbirkor bozorga qarab nimani, qancha, qanday texnologiya asosida ishlab chiqarishni, yaratilgan tovarni kimga, qachon va necha pulga sotishni, qaysi bank bilan aloqa qilishni, o'ziga sherik topishni, xullas, har qanday iqtisodiy faoliyatni hech bir toifasiz, o'z bilganicha amalga oshiradi.

4. *Iqtisodiy mas'uliyat.* Tadbirkor mas'uliyatni o'z zimmasiga olib, ko'rgan foyda-zarariga o'zi javob beradi.

5. *Iqtisodiy tavakkalchilik.* Tadbirkor tavakkal qilib, «yo ustidan, yo ostidan» qabilida ish tutadi, iqtisodiy xavf-xatarni zimmasiga olib, chuv tushib qolishdan qo'rqmaydi.

6. *Qonun-qoidalariga rioya qilish.* Tadbirkor sa'y-harakatlarining o'z qoidalari bor, ularga itoat qilish ham qarz, ham farz hisoblanadi.

7. *Raqobat kurashida qatnashish.* Tadbirkor har doim boshqalar bilan «kim o'zadi» qoidasiga ko'ra bellashuvi shart.

8. *Tadbirkorlik siri.* Biznes ishida texnologiya, yangi tovar yaratish, bozor topish, narx belgilash, kontrakt tuzish va boshqalar sir saqlanadi.

9. *Halollik bilan ish yuritish.* Tadbirkorlik halol yo'l bilan pul topishga asoslanishi zarur, qalloblik, g'irromlik va aldamchilik uning tabiatiga zid.

O'zbekiston qonunlariga ko'ra, tovar ishlab chiqaruvchilar iste'molchilarning tovar sifatiga bo'lgan talabini qondirishi, tovar sifatini kafolatlashi shart. Davlat shu qonunlar ijrosini nazorat qiladi. O'zbekiston Respublikasining «Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida»gi Qonunida: «Davlat iste'molchilarning tovar (ish, xizmat) sotib olish va undan foydalanish chog'idagi huquqlari hamda qonun bilan qo'riqlanadigan manfaatlari himoya qilinishini kafolatlaydi», deb ta'kidlab o'tilgan.

10. *Nufuz (imij)ga ega bo'lish.* Nufuz xalq orasida, tadbirkorlar doirasida obro'-e'tiborli bo'lishni bildiradi. Tadbirkor o'z sha'nini avaylashi, firma nomini e'zozlab, unga dog' tushirmasligi, yaxshi nom chiqarishi shart.

11. *Tadbirkorlikda o'z-o'zini boshqarish tartibi* bor. Davlat firma ishiga aralashmaydi, balki iqtisodiy siyosati bilan tadbirkorlarga ko'maklashadi, qonunlar orqali tadbirkorlik uchun sharoit yaratadi. Masalan, O'zbekiston Respublikasining qonunlariga ko'ra, davlat tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlaydi, tadbirkorlar mulkining daxlsizligini ta'minlaydi.

Bozor iqtisodiyotining turli mulk shakllariga asoslanishini tadbirkorlikda yaqqol ko'rish mumkin. Insonga naf keltiruvchi har qanday ne'matlar, albatta, kimningdir mulki. Faqat hech kimga kerak bo'lmagan narsaning egasi yo'q. Bozor iqtisodiyoti kerakli narsani yaratib, uni bozor orqali iste'mol etishga

asoslanar ekan, u albatta, mulkchilikni talab qiladi.

Mulk moddiy va maishiy boyliklarni qonuniy ravishda va belgilangan tartibda kishilar tomonidan o'zlashtirish shaklidir. O'zlashtirish tartibini mulkiy huquq belgilaydi, u kimning mulkdor bo'lishi, mulkdan foydalanish qoidolari, mulkni davlat tomonidan kafolatlash kabilarni belgilab qo'yadi. Mamlakatimizdagi mulk O'zbekiston Konstitutsiyasi va «Mulkchilik to'g'risida»gi Qonunga binoan boshqariladi.

Tadbirkorlar mulkiy munosabatning subyekti, ya'ni ishtirokchisi bo'lishadi. Ular mulk qilib o'zlashtiradigan narsalar yer, bino, inshoot, asbob-uskunalar, mashina-mexanizmlar, yaratilgan tovarlar, ilmiy g'oyalar, loyihalar, tovar belgilari va boshqalardan iborat. Bular mulkiy munosabatlarning obyektidir.

Mulkning uch bosqichi bor:

- a) egalik qilish;
- b) foydalanish (ishlatish);
- d) tasarruf etish.

Ularning yaxlitligi mulkchilikni yaratadi. Tadbirkorlarning mulkiy maqomi ikki yoqlama bo'lib, birinchidan, ular o'z mulkiga tayanib ish yuritishadi, ya'ni moddiy resurslar va yaratilgan tovarlar ularning o'ziniki. Ikkinchidan, ular o'zgalar mulkini ijaraga olib ham faoliyat yuritishadi, bunda mulkka vaqtinchalik egalik qilishadi va mulkdan foydalanishadi, ammo uni tasarruf etib xo'jayinlik qila olishmaydi. Baribir, har ikki holatda ham yaratilgan tovarlarning egasi tadbirkor bo'lib qolaveradi. Tadbirkor o'z mulkidan naf ko'rishi shart, shundagina uning iqtisodiy manfaati yuzaga chiqadi. Tadbirkor o'z mulkini ishlatib foyda topadi, o'z mulkini qimmatga sotib, daromad ko'radi, o'z mulkiga tayanib mehnat qiladi va shu yo'l bilan pul topadi va, nihoyat, u o'z mulkini merosga qoldiradi yoki xayr-ehson yo'lida hadya qiladi. Mulkni qanday ishlatishni tadbirkor o'zi hal qiladi, ya'ni buning eng maqbul yo'lini o'zi tanlab oladi. Tadbirkor o'z mulkidan naf ko'rgani uchun mulkiy mas'uliyatni, ya'ni mulkni oqilona ishlatish javobgarligini zimmasiga oladi.

Tadbirkorlik turli mulk shakllari doirasida yuz beradi va qonunga qarab, uning turlari yuzaga keladi. Bozor iqtisodiyotida xususiy mulk yetakchi mavqeda turadi. Xususiy mulk ayrim kishilarga tegishli va ularga naf keltiruvchi mulkdir. Xususiy mulkka qarab, xususiy tadbirkorlik mavjud bo'ladi. Xususiy mulkning o'zi ikki ko'rinishga ega:

1. *Yakka xususiy mulk* — bu yakka shaxsning mulki, shu mulkka asoslangan korxona yakka shaxsga tegishli korxona hisoblanadi. Ayrim mulkdorga qarashli, lekin ishchilarni yollab ishlatadigan yoki mulkdorning shaxsan o'zi va oila a'zolari ishlaydigan korxonalar ham bo'ladi.

2. *Guruhiy* — korporativ xususiy mulk — bu ma'lum maqsadni ko'zlab, o'zaro birlashgan mulk sohiblarining xususiy mulki. Bu mulkni har bir sohib alohida emas, balki birgalikda o'zlashtiradi. Uning namunasi korporatsiyalar bo'lib, ular amalda hissadorlar jamiyati shaklida faoliyat ko'rsatadi. Bunday tadbirkorlik ishi korporatsiya doirasida amalga oshadi.

Tadbirkorlik jamoa mulkiga ham asoslanadi. Bu mulk jamoaga birlashgan kishilarning umumiy mulki hisoblanadi. Jamoaga kiruvchilar uning mulkiga o'z hissasini qo'shishi shart. Bu yerda ham hissadorlik qoidasi bor, ammo aksiyadorlikdan farqi shuki, mulk sohibi jamoa tarkibida ishlashi shart. Bunga misol qilib, kooperativlarni, mahalla va jamoa xo'jaliklarini olish mumkin.

Davlat mulki davlatning vazifalarini bajarishga xizmat qiluvchi mulk, davlat korxonalarining va tashkilotlarining mulkidan iborat. Davlat unitar korxonalari ham tadbirkorlik bilan shug'ullanib, foyda ko'radilar.

Biznesda ishbilarmonlikning foydasiga doir mulohazalar

Bozor iqtisodiyotida tasavvur, energiyaga ega bo'lgan va boshqalardan ko'ra o'z ishini yaxshiroq bajarishni yoki xizmatlarni taklif etishni istagan har bir inson uchun foyda, e'tirof va xizmatlarga erishishga «oltin imkoniyatlar» ochiladi.

Erkin tadbirkorlik tizimining asl mohiyati - raqobat borligidadir. Aynan raqobat, o'z ishini shundoq ham yaxshi bajarayotganlarni «zafar gashtini surish» o'rniga, yana ham astoydil mehnat qilishga majbur qiladi.

Raqobat iste'molchiga tanlash imkoniyatini berib, yakuniy natijada uning yashash darajasi oshishini ta'minlaydi. Xaridor o'z puliga qimmatliroq tovarlar yoki sifati yuqoriroq xizmatlar olish uchun do'konga keladi. Sotib olish amalga oshirilayotganda, to'lanadigan pul tanlab olingan tovar yoki xizmat foydasiga «ovoz beradi». «Pul bilan ovoz berayotgan» iste'molchilardan yetarlicha ko'mak (sotib olinish yo'li bilan) olmagan tovarlar, do'konlar, xizmatlar tez orada g'oyib bo'lishadi.

Muvaffaqiyatga erishishga intiladigan ishbilarmon odamlarning ishi aynan ko'rsatiladigan xizmatlar doirasi oz-moz kengroq, ishlab chiqariladigan tovar ozgina yaxshiroq bo'lishini ta'minlash yoki qaysidir boshqa yo'l bilan ularning raqobat afzalliklarini yaxshilashdan iboratdir. Har yili ko'pgina korxonalar kasodga uchraydi, lekin ko'plari muvaffaqiyatga erishadi-ku! Muvaffaqiyatga erishadiganlar esa, hududida faoliyat yuritilayotgan jamoa ehtiyojlarini qondirish maqsadini ko'zlagan tarzda, xizmatlar ko'rsatadi yoki sotuvga tovarlar taqdim etishadi. Agarda korxona bundan buyon uni qo'llab-quvvatlashga yetarli bo'lgan miqdordagi aholi ehtiyojlarini qondira olmasa, unda bunday korxona kasodga uchraydi.

Aholining soni oshib borgan sari, yangi korxonalarga ehtiyoj paydo bo'ladi. Bor korxonalar yangi ehtiyojlarni qondirish uchun kengayishga imkonlari yo'q yoki buni xohlashmaydi, undan tashqari, aholi jamlangan yangi markazlar paydo bo'lishi bilan yangi joylarda korxonalar barpo bo'lishiga zarurat tug'iladi. Har yili bir necha million chaqaloqlar tug'iladi va «bu chaqaloqlar — katta biznes». Ulg'ayib bu chaqaloqlar o'smirlar, talabalar, ishchilar, menejerlar va ertangi kun iste'molchilari bo'lishadi. Hattoki, o'limlarni hisobga olganda ham, aholining yillik sof o'sishi anchagina katta!

Raqobatga muvaffaqiyatli qarshilik ko'rsatish uchun biznesmen eng yaxshi menejer bo'lishi yoki eng katta do'konni ushlashi lozim emas. Hamma narsa ancha nisbiy. Agarda erkak yoki ayol o'sib borayotgan jamoa uchun yangi do'konga ehtiyoj borligini ko'rishsa va shu yo'nalishda boshqalardan oldinroq harakat qilishni boshlashsa, ular raqobat kurashida sezilarli afzallikka ega bo'lishadi. Agar korxonaning joylashishi qulay joyda tanlangan bo'lsa, tez orada ular o'z atrofida boshqa savdo maskanlarini topadi, lekin shu holatda ham, qo'shnilar farq qiladigan tovarlar va xizmatlarni taklif etsa, ular to'g'ridan to'g'ri raqobatga duch kelmasliklari mumkin, natijada korxona o'sishni davom ettiradi. O'z qobiliyatlarini ro'yobga chiqarish va kalondimog'liklarini qondirish uchun tasavvur va birmuncha jasoratga ega bo'lgan har qanday odam, odatda, agar hayotida yaxshi biznes uchun tavakkal qilishga loyiq darajaga yetishgan bo'lsa, biznesda muvaffaqiyatga erishishi mumkinligini tushunish muhimdir. Bu odam asos bo'ladigan ta'lim olishi, ko'nikmalar va bilimga ega bo'lishi hamda biznesda omadsizlikka uchrash ehtimolini kamaytirish uchun ma'lum darajada yetuklikka erishmog'i lozim. Har qanday biznes — bu tavakkalchilik. Yaxshi ta'lim, tajriba va sog'lom fikrlash bor bo'lsa, omadsizlikka uchrash ehtimoli sezilarli darajada kamayadi. Omad unsuri har qanday biznesda mavjud. Ayrim tadbirkorlar ancha omadli. Lekin siz faqatgina omadga tayanmasligingiz kerak!

5.2. Tadbirkorlikning jamiyat uchun ahamiyati

Barcha masalalarni yechishda tadbirkorlik asosiy yondashuv sifatida ko'rilyotgan joyda alohida shaxslarning ham, butun jamiyatning ham taraqqiyoti sezilarli darajada tezlashadi. Tadbirkorlik iqtisodiy rivojlanishni harakatga keltiruvchi omil bo'lgani tufayli, dunyoqarashga ham, boshqaruv faoliyatiga ham ishbilarmonlik yondashuvini tatbiq etish orqali alohida shaxslar ham, butun jamiyat ham farovon hayot sari o'z

harakatlarini tezlashtirishlari mumkin.

Alohida shaxslar va butun jamiyatning maqsadlari. Maqsadlarni qo'yish va ularga erishish bo'yicha qilinadigan keyingi ishlar jamiyatning yetukligi va mas'uliyatlilikining belgisidir, xuddi shuningdek, alohida shaxslar yetukligining belgisi hamdir. Odamlar iqtisodiy hayotda o'zlari uchun qanday maqsadlar qo'yishadi? Va bu maqsadlarga qanchalik muvaffaqiyat bilan erishiladi? Quyida mana shu savollar muhokama etiladi.

To'liq hajmli iqtisodiyot — bu odamlar o'z iqtisodiyoti uchun qo'yadigan eng muhim maqsadlardan biri. Biz mavjud bo'lgan ishlab chiqarish resurslari — mehnat, sarmoya, tabiiy resurslardan *to'laqonli foydalanishni* hamda bu resurslardan *samarali foydalanishni* xohlaymiz. Qay darajada biz to'liq bandlik va to'liq hajmli ishlab chiqarish maqsadlariga erishayapmiz? Aslida, jamiyatdagi mehnatga layoqatli va ishlashni xohlaydigan 100 % erkak va ayollar doimiy asosda ish bilan ta'minlanishini kuta olishmaydi. *Ma'lum miqdorda* — taxminan mehnatga layoqatli aholining 2 % dan 5 % gacha qismi doimo ishsiz bo'ladi. Ammo lekin millionlab odamlar hech qanday zaruratsiz ishsizlar toifasiga mansub bo'lsa, bu ular o'z mamlakatining farovonligiga foydali hissa qo'shmayotganligi va ishlab pul topmayotganliklarini bildiradi. Shu sababdan, to'liq bandlik hamda mehnatning yuqori samaradorligini taqozo etuvchi to'liq hajmli ishlab chiqarish maqsadi, bizning iqtisodiyotimiz uchun eng muhim maqsadlardan biridir.

Barqaror o'sish — bu ikkinchi muhim maqsaddir. Biz iqtisodiyotimiz yildan yilga yanada kattaroq va yaxshiroq bo'lishini xohlaymiz. Biz o'zimizning tovarlar va xizmatlar milliy ishlab chiqarilishini son jihatdan yalpi milliy mahsulot (YMM) degan statistik ko'rsatkichining o'zgarishini kuzatib baholaymiz. *Iqtisodiy o'sish* - bu aholi jon boshiga to'g'ri keladigan YMM (aholi soniga bo'lingan umumiy YMM)ning doimiy ko'payishidir. Biz ish faolligi qandaydir pastga tushishlarsiz yoki narxlarning tez o'sishisiz (inflatsiyasiz), yoki ishsizlik oshmasdan, YMM

nisbatan doimiy sur'atlar bilan yiliga 4 % dan 5 % gacha o'sishiga erishish uchun intilamiz.

Ishlab chiqarish, bandlik va YMMning o'sishi — bu ko'rsatkichlarning barchasi juda yaxshi o'lchanadi. Lekin biz ayrim boshqa iqtisodiy maqsadlarni ko'rib chiqishga o'tganimizda, ular to'g'risida umumiyroq yondashuvlardan kelib chiqib, fikrlashimiz lozim.

Tanlov erkinligi — bu deyarli har bir odam o'z oldiga qo'yadigan maqsadlar ro'yxatining birinchi qatorida turadigan maqsaddir. Lekin aniq atamalarda bu nimani bildiradi? Iqtisodchilar, tanlov erkinligi *iste'molchilar, xodimlar va biznes* uchun muhimligini ta'kidlashadi.

Iste'molchining tanlov erkinligi — iste'molchilar faqatgina o'z ehtiyojlari va xohishlariga asoslanib, juda keng doiradagi muqobil tovarlardan, o'zlari sotib olishni xohlagan tovarlarni tanlab olishlari mumkinligini bildiradi. Iste'molchiga «Siz o'zingiz xohlagan har qanday o'lchamli va rangli shlapaning egasi bo'lishingiz mumkin, lekin bu shlapa o'rta o'lchamda va qora rangli bo'lishi shart!» deb gapiriladigan tizim bizni mutlaqo qoniqtirmaydi.

Kasbiy faoliyatni tanlash erkinligi — iqtisodiy erkinlikning muhim tomoni. Erkaklar va ayollar havas bilan bajaradigan va ayni vaqtda shundan munosib ish haqi hamda shaxsiy qoniqish olinadigan ishni tanlash imkoniyatiga ega bo'lishni xohlashadi. Va nihoyat, «*erkin tadbirkorlik*»ning muhimligi to'g'risidagi gaplarni tez-tez eshitib turamiz. Bu — tanlash erkinligining muhim jihati. Bu odamlarga o'z bizneslarini erkin tashkil etish va, natijada foyda ko'rish uchun, ishlab chiqarish omillaridan qulay tarzda foydalanish imkoniyatini beradi. Zamonaviy iqtisodiyot tizimi erkinlikning mana shu xususiy turi poydevoriga qurilgan.

Imkoniyatlar tengligi — yana bir maqsad. Bu tanlash erkinligi bilan uzviy bog'liq, chunki barcha odamlar *taxminan teng darajadagi erkinlikka* — iste'molchi, xodim va tadbirkor sifatida o'z huquqlarini amalga oshirish erkinligiga ega bo'lishlari

lozimligini ta'kidlaydi.

Iqtisodiy xavfsizlik maqsadi — bizning iqtisodiy jamiyatimiz a'zolari munosib oziq-ovqat, kiyim, turar joy va boshqa zarur narsalar olishga yetarli miqdorda pulga ega bo'lishlariga intilishimizni bildiradi. Kambag'allikning keng tarqalishi nafaqat bizning odamlar uchun iqtisodiy xavfsizlik maqsadiga erishishga urinishimiz bekorga ketganidan dalolat beradi, balki jamiyatda *iqtisodiy adolat* maqsadiga erishish imkoniyati to'g'risida ham jiddiy savolni ko'taradi. Iqtisodiy hayotda betaraflik va adolat tushunchalarining talqiniga har kim ham qo'shilavermaydi, lekin deyarli barcha bu maqsad qo'yilishi va unga erishishga qaratilgan ishlar bajarilishi muhimligini tushunishadi. Yana bir muhim iqtisodiy maqsad borki, u bir mamlakatning davlat chegaralari bilan cheklanib qolmay, boshqa mamlakatlarga ham tarqaladi. Bu — *xalqaro muvozanat* (balans) maqsadi. Biz *tashqi savdo va xalqaro to'lovlar* sohalarida mustahkam va muvozanatga keltirilgan aloqalarni saqlab turishni xohlaymiz. Bu maq-sadga erisha olmaslik, nafaqat mamlakat ichkarisi va xorijda jiddiy iqtisodiy muammolar tug'dirishi mumkin, balki tinchlikka xavf tug'diradigan xalqaro keskinlikning oshish ehtimoli ko'payishiga olib kelishi mumkin. Hozirgi vaqtda iqtisodiyotning xususiy sektorida tadbirkorlik, asosiy iqtisodiy vazifalarni amalga oshirganda, davlat sektoriga nisbatan yuqoriroq samaradorlik va mehnat unumdorligini ta'minlaydi, degan tushuncha butun dunyoda qabul qilingan. Milliy farovonlikning asosiy qismi korxonalar faoliyatining natijasi sifatida shakllanadi:

1. *Tovarlar va xizmatlar.* Korxonaning asosiy iqtisodiy vazifasi odamlar manfaatdor bo'lgan tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish va tarqatishdir. Tadbirkorlar ham iste'molchilar talabini aniqlab beruvchi, ham shu talabni qondirish uchun barcha zarur narsalarni bajaruvchi rolni ijro etishadi.

2. *Bandlik.* Korxonalar «haqiqiy» ish o'rinlarining asosiy ijodkorlaridir, ya'ni ishlashga muhtoj va ishlashni xohlaydigan odamlarning bandligini ta'minlaydilar. Haq to'lanadigan bandlik

darajasi - milliy farovonlikning o'ta muhim ko'rsatkichi.

3. *Daromad*. Korxona tomonidan ish o'rinlarini barpo etish orqali, ishchilarning ish haqi va xizmatchilarning maoshlari, foydalar va soliqlar shaklida, uning daromad bazasi mavjudligi ta'minlanadi.

4. *Ishchilar va xizmatchilarning ish haqi, foydalar*. Ish haqi va foydalar olish imkoniyatini taqdim etish masalasi, soliqlar to'lash va daromad (soliqlar to'langandan keyingi daromad)ni iste'mol qilish fondiga va moliyaviy mablag'larni iste'molchilari jamg'arma fondiga (investitsiya sarmoyasi) ko'chirish nuqtayi nazaridan, biznes tomonidan yechiladigan o'ta muhim masaladir.

5. *Soliqlar*. Alohida (jismoniy) shaxslar va korxonalardan soliq undirmasdan, davlat muassasalari va xizmatlarining faoliyat yuritishini iloji bo'lmas edi.

6. *Soliqlar to'langandan keyingi daromad*. Boshqacha aytganda, korxona ixtiyorida qoladigan daromad, deb nomlanadigan bu daromad, soliqlar to'langandan keyin hosil bo'ladi va iste'mol tovarlari xarid qilishga hamda jamg'armalar to'plashga sarflanishi mumkin.

6.1. *Iste'mol maqsadlariga xarajat qilish*. Pul mablag'larini iste'mol maqsadlariga sarflash, nafaqat asosiy ehtiyojlarni qondirish uchun, balki tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarilishini rag'batlantirishga qaratilgan talabni shakllantirish uchun ham zarurdir.

6.2. *Shaxsiy jamg'armalar*. Shaxsiy jamg'armalar — bu bevosita iste'mol qilish bilan bog'liq xarajatlarga sarflanmaydigan daromad.

7. *Ishlab chiqarish jamg'armalariga sarmoyalar*. Korxona sarmoyalarni zaxiralar, taqsimlanmagan foyda, qarz orqali yoki korxona aktivlarini sotish yo'li bilan moliyalashtiradi. Foyda ko'rmay ishlaydigan korxonalar uchun esa, bu manbalardan foydalanish cheklangan bo'ladi. Korxona ishlab chiqarish quvvatlarini ko'paytirish: yangi texnologiyalar, modernizatsiyalash va ishlab chiqarish aktivlarini kengaytirish

uchun investitsiya sarmoyasiga muhtoj bo'ladi.

8. *Milliy farovonlik*. Bizning ehtiyojimizni qondirish uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish vositalari, savdo va jamoat xizmatlari hamda texnologik «nou-xau»larning salmoqli qismi korxonalar faoliyatidan kelib chiqadi, ya'ni xususiy egalikda bo'lgan resurslarning iqtisodiy rivojlanishi natijasida paydo bo'ladi.

Odatda, tadbirkor oldida quyidagi savollar ko'ndalang turadi:

- *Nima ishlab chiqarilishi kerak?*

Jami ishlab chiqariladigan tovarlar va xizmatlarning 2/3 qismi iste'mol tovarlari sektoriga jamlanganligi sababli, bunday tovarlar va xizmatlarning iste'molchilari nima ishlab chiqarish kerakligini belgilaydigan guruhni tashkil etadi.

- *Bu kimlar uchun ishlab chiqarilishi kerak?*

Iqtisodiyotda «Kimlar uchun?» degan savol, odatda, ishlab chiqarish omillari (resurslari)dan tayyorlangan mahsulotni sotib olish uchun eng ko'p pulga ega bo'lgan birovni belgilaydi. Umuman aytganda, eng ko'p puldorlar bu - gullab-yashnayotgan korxonalar egalari (iste'molchilar ularning tovarlari va xizmatlarini olishni xohlaydilar) va (yoki) kasbiy faoliyatiga katta talab bor (korxonalar ularning ko'nikmalari, malakalariga ehtiyoj sezadi) bo'ladiganlardir.

- *Bu qanday ishlab chiqariladi?*

Bu savolga javob, iste'molchining ehtiyojlarini inobatga olgan holda beriladi va korxonalar bilan iste'molchilarning o'zaro harakat qilishi orqali erishiladi. Masalan, «Rolls-Roys» — juda katta qunt bilan tayyorlanadigan va shu sababdan, ancha uzoq vaqt xizmat qiladigan, dabdabali mashina. Lekin ko'pchilik iste'molchilar «Rolls-Roys»ga ega bo'lishni o'zlariga ep ko'ra olishmaydi. Tadbirkorlar buni anglashadi va o'zlariga «Rolls-Roys» sotib olishga qurbi yetmaydigan odamlar istagini qondirish uchun, ishonchiligi pastroq mashinalarni arzonroq narxlarda sotishadi.

Bu uch savolga qanday javob berilishi to'g'risida gapirganda, holatlarning har birida bozor qanday faoliyat yuritishini ta'kidlash muhimdir. Masalan, ayrim ishlab chiqarilayotgan tovarlarni iste'molchi xarid qilmasa, bu ularni ishlab chiqarishni to'xtatish haqida biznesga signaldir. (Nima ishlab chiqarilishi kerak?) Agar iste'molchilar tovarning yuqori sifatga ega bo'lishiga qaramasdan u uchun belgilangan narxni to'lashmasa, ishlab chiqaruvchi, tovar sifati biroz pasayishi evaziga bo'lsa ham, uning narxini kamaytirish yo'lini topishga majburdir. (Qanday ishlab chiqarish?) Natijalari katta talabga sazovor bo'lgan kasbiy faoliyat bilan shug'ullanishga yoki shuningdek, katta talabga ega bo'lgan tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish bo'yicha biznesni barpo etishga qaror qilgan odamlar, yalpi tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish hajmining kattaroq qismini olishga muvaffaq bo'lishadi. (Kimlar uchun?)

Tadbirkorlikka yo'naltirilgan jamiyat

- Foydali tovarlar va xizmatlar to'xtovsiz ishlab chiqariladi yoki yetkazib beriladi.
- Barcha aholi orasida zarur tovarlar va xizmatlar keng tarqatilishi mavjud.
- Yashash sharoitini oshirish va iqtisodiyotni ko'tarish uchun yangi g'oyalar doimo ijod qilinadi.
- Doimo jamiyatning yangi, oldin aniqlanmagan ehtiyojlari ochildi.
- Jamiyat duch kelayotgan muammolar o'z vaqtida yechiladi.
- Alohida shaxslarda o'z novatorlik g'oyalari va ijodiy niyatlarini ro'yobga chiqarish uchun imkoniyatlar borligi tufayli, jamiyat turg'unlikka uchramaydi.

Tadbirkorlar bajarishi zarur bo'lgan harakatlar

- To'liq hajmli ishlab chiqarish.
- Barqaror o'sish.

- Tanlov erkinligi.
- Imkoniyatlar tengligi.
- Iqtisodiy xavfsizlik.
- Iqtisodiy adolat.
- Xalqaro muvozanat.
- Taklif etiladigan ishlab chiqarish resurslari sonini ko'paytirish.
- Resurslar sifatini oshirish.
- Texnologiyalarni takomillashtirish.
- Mehnat unumdorligini oshirish.

5.3. Tadbirkorlikda o'z-o'zini band qilish O'z-o'zini band qilishning afzalliklari

O'z-o'zini band qilish tamoyillari asosida karyerasini qurishni mo'ljallaganlar, odatda, quyidagi besh sababdan kelib chiqishadi: shaxsiy qoniqish, mustaqillikka intilish, foyda olish, bandlik kafolati va shaxsiy mavqe.

Shaxsiy qoniqish. Ayrim odamlar uchun o'ziga ishlash bilan bog'liq asosiy katta taqdirlanish — bu shaxsiy qoniqish. Shaxsiy qoniqish o'z hayoti bilan o'zi xohlagan narsani ijod qilish imkoniyati borligida ifodalanadi. O'z-o'zini band qilish sizga har bir ish kunini o'zingizga rohat bag'ishlaydigan ishni bajarishga sarflashingizga imkon beradi. Masalan, rasm olishni yaxshi ko'rsangiz, siz o'zingizni xususiy studiyangizni tashkil etishingiz mumkin. Har safar mijoz o'z fotoportretidan qoniqqanini bildirganda, siz ham shaxsiy qoniqish his qilasiz.

Siz o'zingiz yashaydigan jamoaga yordam berganingizdan ham qoniqish olishingiz mumkin. O'z-o'zini band qiladigan odamlar mahalla aholisiga tovarlar yetkazib beradi, xizmatlar ko'rsatadi hamda ularga ish o'rinlarini taqdim etadi. Ular, shuningdek, boshqa mahalliy korxonalarning tovarlari va xizmatlarini sotib olishadi, mahalliy banklardan qarzga pul

olishadi, soliqlarni to'lashadi.

Mustaqillik. O'z-o'zini band qilishning yana bir afzalligi mustaqillikdir. Mustaqillik — bu boshqalar tomonidan nazoratning yo'qligi. Siz o'z bilimingiz, ko'nikmangiz va qobiliyatingizni o'zingiz xohlagan tarzda qo'llashingiz mumkin. Boshqa ishlaydiganlarga nisbatan, o'z-o'zini band qilgan odamlar ko'proq erkinlikka ega. Ular o'zlari zarur vakolatlarga ega va oldindan boshqa birovlarining roziligini olmasdan qaror qabul qilishlari mumkin.

Foyda. Odamlar yangi korxona tashkil etayotganda, olishni mo'ljallaydigan asosiy taqdirlanishlardan biri bu foydadir. Foyda — bu barcha xarajatlarni to'lagandan keyin qoladigan daromad. Foyda korxonaning egasiga qoladi. O'z-o'zingizni band qilib, siz o'z daromadingizni boshqara olardingiz. Juda ko'p hollarda korxonaga ko'proq vaqt va ko'proq harakat bag'ishlash kattaroq daromadga aylanadi. Siz boshqa birovlariga ishlaganingizda bunday holat kamdan kam uchraydi.

Bandlik kafolati. Ko'pgina korxonalar bandlik kafolatiga ega bo'lishni istagan odamlar tomonidan tashkil etiladi, chunki yollangan mehnatda bunga erishib bo'lmaydi. Bandlikning kafolati, ish borligi va daromad to'lanishi nuqtayi nazaridan, boshqalarga bog'liq bo'lmasligingizga imkoniyat beradi. O'z-o'zini band qilgan odamlar ishdan bo'shatilishi, korxonadan haydalishi yoki ma'lum yoshga yetganda majburiy tarzda ishdan ketishi mumkin emas.

Mavqe. Mavqe — bu alohida shaxsning ijtimoiy darajasini yoki uning jamiyatdagi o'rnini ifodalash uchun qo'llanadigan atama. O'z-o'zini band qilgan odamlar iste'molchilar bilan o'rnatgan aloqalari va ularning faoliyati ommaviy axborot vositalarida yoritilishi tufayli diqqatni jalb etib, e'tirofga sazovor bo'lishadi. Buning natijasi sifatida, ular ko'pgina boshqa ishlayotganlardan yuqoriroq mavqega ega bo'lib, bundan rohatlanishlari mumkin. Ijtimoiy mavqe bilan egalik g'ururi uzviy bog'liq; ko'pgina odamlar binolarda, avtomobillarda, idora buyumlari va reklamada o'z ismlarini ko'rib g'ururlanishadi.

Moslashuvchanlik. O'z imkoniyatlariga bog'liq holda o'zini o'zi band qilgan kishilar istalgan xildagi va kattalikdagi korxonani ochishi mumkin. O'zini o'zi band qilish xodim va izdosh emas, balki insonga ish beruvchi va yetakchi bo'lish imkoniyatini ham beradi.

O'z-o'ziga ishlash bilan bog'liq cheklolar

Siz nafaqat o'z-o'zini band qilishdan kelib chiqadigan afzalliklarni bilishingiz kerak, balki u bilan bog'liq yoqimsiz narsalardan ham xabardor bo'lishingiz kerak: investitsiya qilingan sarmoyani yo'qotish ehtimoli, ishonchsiz yoki past daromad, ko'p vaqt sarflanishi va zerikarli yoqimsiz ishlarni bajarish zarurati.

Investitsiya qilingan sarmoyani yo'qotish ehtimoli. O'z-o'zini band qilish bilan siz investitsiya qilgan sarmoyani yo'qotish xavfi bog'liqdir. «Investitsiya qilingan sarmoya» atamasi tadbirkor o'z xususiy korxonasini tashkil etganda sarflagan xarajatlarni bildiradi. Odatda, biznesda tavakkalchilik qancha yuqori bo'lsa, u keltiradigan daromad imkoniyati shuncha ko'proqdir. Agarda, korxona yaxshi rivojlanayotgan bo'lsa, foyda katta bo'lishi mumkin. Agarda, korxona omadsizlikka uchrasa, unga investitsiya qilingan sarmoya yo'qotilishi mumkin, tadbirkor o'z hayotining bir qismini, shaxsiy yoki oilaviy jamg'armasini bekorga yo'qotish uchun barcha imkonga ega. Xususiy korxonani tashkil etish uchun qarzga pul bergan bank, ta'minotchilar va shaxslarga to'lovlarni qaytarishga yillar ketishi mumkin.

Ishonchsiz yoki past daromad. Xususiy korxonaga egalik qilishning yana bir kamchiligi bu ishonchsiz yoki past daromad olish imkoniyatidir. Yollangan xodimlarning ish haqidani farqli o'laroq, foyda miqdori oydan oyga o'zgarishi mumkin. Bu hattoki, oyoqqa turgan korxona uchun ham o'rinlidir. Ammo daromad kelib turganda ham, u shaxsiy va oilaviy ehtiyojlarni qondirish uchun yetarli bo'lmasligi mumkin. Bunday holat ko'pincha birinchi olti — o'n ikki oydagi faoliyat davrida

kuzatiladi.

Ko'p vaqt sarflanishi. Tadbirkorlar o'z ish vaqtini haftada qirq soat bilan cheklamaydi, ular kelish-ketish vaqtini ko'rsatadigan avtomatda kartochkasini belgilamaydi. Ko'pgina o'z-o'zini band qilgan tadbirkorlar kuniga o'n to'rt soat va undan ko'proq, haftasiga olti yoki yetti kun ishlashadi. Ko'p hollarda korxona egasi ertalab birinchi bo'lib ishga keladi va kechqurun oxirgi bo'lib ishdan ketadi. Korxonaning ish vaqti egasining ixtiyori bilan emas, iste'molchilar uchun qulaylik nuqtayi nazaridan belgilanadi. Masalan, ko'p do'konlar 800 dan 2100 gacha ishlaydi. Ayrim tadbirkorlar o'z bizneslarini ketma-ket bir yoki ikki kundan ortiq qarovsiz qoldirishlari mumkin emas, deb hisoblashadi.

Zerikarli ish: biznes bilan shug'ullanish siz mutlaqo bajarishni istamaydigan, lekin bajarishingiz majbur bo'lgan ishlar zarurati bilan bog'liq bo'lishi mumkin.

Tavakkalchiliklar. Agar siz mulohazali tavakkalchiliklarni o'z zimmangizga olishga tayyor bo'lsangiz, sizda muvaffaqiyat uchun barcha imkoniyatlar bor. Mulohazali tavakkalchiliklar sizga tanazzul yoki muvaffaqiyat imkoniyatlarini oldindan aniqlashga imkon beradi. Tavakkalchilik juda past bo'lgan biznes kam daromad keltiradi va o'z g'oyalaringizni va ularni amalga oshirishni cheklab qo'yadi.

Vaqt. O'z biznesingizni boshlash — jiddiy ish. Dastlabki bir necha yil mobaynida ish ehtimol vaqtingizni ko'p qismini olar. Keyinchalik korxona egasi tomonidan biznesdagi sidqidillik va shaxsiy manfaatdorlik juda o'zgarishi mumkin. Kichik biznesning ko'plab barqaror korxonalarida kundalik majburiyatlarni boshqaruvchi yelkasiga yuklash mumkin. Kelajakda biznesga qanchalik shaxsan jalb bo'lishni xohlashingizni va kelajakda (aytaylik, 6 yildan keyin) qanchalik astoydil ishlashingizni aniqlashingiz kerak. Ehtimol, siz o'z biznesingiz ichida to'la yoki qisman bo'lishni istarsiz yoki butunlay chetga chiqishni xohlarsiz.

Odamlar bilan muloqot. Sizga odamlar bilan ishlash yoqadimi yoki hamisha yakka o'zingiz ishlashni istaysizmi? Yoki siz qayerdadir ularning o'rtasida to'xtaysizmi? Kichik biznesda shaxslararo muloqot (aloqa)ning uch turi — iste'molchilar bilan, xodimlar bilan va yetkazib beruvchilar bilan muloqot mavjud. Ko'p kichik korxonalarining egalari xodimlar va yetkazib beruvchilarning muloqotiga e'tiroz bildirishmaydi, chunki mulkdor ularga nisbatan foydaliroq mavqeda turadi. Biroq mulkdor-iste'molchi munosabatlari sizning biznesingiz turiga qattiq bog'liqdir.

O'z-o'zini band qilishning tabiati

Daromad. Biznesingiz barqaror rejimga kirishgandan keyin siz oyiga qancha ko'p daromad olmoqchisiz? Siz bir oyda 130 ming so'm, 375 ming so'm, 550 ming so'm yoki ko'proq ishlamoqchimisiz? Bu masala bo'yicha oldindan qaror qabul qilish muhim, chunki biznesning har xil turi har xil daromad ta'minlash imkoniyatiga ega. Daromad nuqtayi nazaridan, tez xizmat ko'rsatish restorani bir imkoniyatga ega, kichik ishlab chiqarish biznesi esa mutlaqo boshqa daromad bera oladi. O'zingiz uchun daromad ko'rsatkichini juda baland darajada, aytaylik, *oyiga olti yuz ming so'm*, deb belgilash juda ham havas qilgudek bo'lsa kerak. Ko'p bizneslar uzoq muddatli kelajakda juda muvaffaqiyatli bo'lish imkoniyatiga ega, boshqalari esa hech qachon juda katta foyda beradigan bo'la olmaydi. Shaxsiy daromad olish borasida maqsadni belgilashning yo'llaridan biri quyidagi savolga javob topishdan iboratdir: «Aytaylik, hozirgi paytdan olti yil o'tgandan so'ng men qanday oylik (yillik) daromad olishni xohlayman?»

Mavqe. Odamlar o'z mavqelarini u yoki bu tarzda oshirishga intilishadi. Ammo bizneslarga ham ma'lum mavqe mansub. Obro'li faoliyat sohalari va unchalik obro'ga ega bo'lmagan sohalar mavjud. Masalan, axlat yig'ish obro'li ish emas. Ayrim odamlar o'z bizneslarining mavqeyi baland bo'lishidan juda manfaatdor, boshqalari esa bunga umuman e'tibor berishmaydi.

Biznesning u yoki bu turini tanlashingizda, bu mulohaza juda muhim bo'lishi mumkin. Siz uchun mavqeyi umuman qoniqarli bo'ladigan biznesni tanlash kerak.

Odamlar orasidagi aloqalar. Siz odamlar bilan qanchalik yaxshi ishlay olishingiz to'g'risida qanday fikrdasiz? Muloqotdan xursand bo'lasizmi yoki aksincha, doim yakka ishlay olarmidingiz yoki qandaydir o'rtaroqdamisiz? Biznesda amalda uch turdagi asosiy shaxslar orasidagi aloqalar mavjud: iste'molchilar bilan aloqalar, xodimlar bilan aloqalar va ta'minotchilar bilan aloqalar. Kichik korxonalar egalarining ko'pchiligi xodimlar va ta'minotchilar bilan aloqalarga e'tibor berishmaydi, chunki ular bu munosabatlarda psixologik eng qulay tomonni egallaydilar. Biznes egalari va iste'molchilar orasidagi munosabatlar esa, biznesingizning turiga qarab, keng doirada o'zgaradi. Masalan, ko'chmas mulkni sotish, ma'lum darajada shaxsiy jur'atni talab etadi. Agar shaxsiy sotuvlar varianti sizga rohat keltirmasa, usiz bo'lmaydigan biznes turini tanlamang. Ko'p korxonalar shaxs ahamiyati kamroq sotuvlar variantini qo'llashadi.

Chakana savdoda ko'pgina korxonalar uchun, masalan, sotuvlardagi muvaffaqiyat, iste'molchilar bilan yaxshi shaxsiy aloqalar o'rnatilishidan ko'ra, yaxshi tovarlar borligi, loyiq narx va reklama borligiga ko'proq darajada bog'liq. Shaxs ahamiyati yo'q sotuvlarning eng yorqin misoli — bu pochta orqali savdo, bu yerda siz umuman xaridoringizni ko'rmaysiz (xaridor buyurtma yuboradi, korxona egasi esa unga tovarni yuboradi).

Biznesga vaqtini bag'ishlash. Kichik korxonani barpo etish katta hajmdagi og'ir ish bajarilishini talab etadi. Haqiqatan ham, dastlabki bir necha yil bu sizdan butun uyg'oq vaqtingizni sarflashni talab etadi. Ammo, uzoq kelajakda, kichik korxonani egasi tomonidan boshqaruv jarayonlarga kuch bag'ishlash va shaxsan jalb etilish darajasi keng doirada o'zgarishi mumkin. Ko'pgina barqaror bo'lgan kichik korxonalarda har kunlik boshqaruv faoliyati taklif etilgan menejer zimmasiga yuklatilishi mumkin.

Shaxsan jalb etilishning qaysi darajasini siz ma'qul ko'rishingiz va o'z korxonangizga kelgusida (masalan, hozirgi paytdan olti yil o'tgandan keyin) qanday kuchni bag'ishlashni xohlashingizni, hal qiling. Siz bundan keyin ham korxonangiz ishlariga to'liq qatnashadigan bo'lib qolishingiz, umuman ma'qul bo'ladi, ammo balkim, siz qisman qatnashishni ma'qul ko'rarsiz yoki korxonani shaxsan boshqarishdan mutlaqo voz kecharsiz.

Ish vaqti. Ko'pgina kichik korxonalar dushanbadan jumagacha, ertalab soat 9⁰⁰ dan kunduzi 17⁰⁰ gacha ish grafigini o'zlari uchun qabul qila olishmaydi. Agarda oddiy ish haftasi sizga ko'proq mos keladi, deb hisoblasangiz, biznes turini tanlashda ehtiyotkor bo'lishingiz kerak. Agar siz ishlab chiqarish, ulgurji savdo yoki oddiy ish rejimli biznesning qandaydir boshqa turi bilan shug'ullanmoqchi bo'lsangiz ham, doimo oddiy ish kuni chegarasidan tashqarida bajarilishi kerak bo'lgan ko'pgina ishlar qoladi.

1. O'Z-O'ZINI BAND QILGAN ODAMLAR:

Ish haqi evaziga ishlamasdan, daromadini mustaqil shakllantirish uchun korxona tashkil etishni afzal ko'rganlar.

2. IMKONIYATLAR:

O'z-o'zini band qilish tamoyili odamlarga kichik oilaviy do'kondan boshlab, yirik ishlab chiqarish kompaniyasigacha egalik qilishga imkoniyat beradi.

3. EGILUVCHANLIK:

O'z-o'zini band qilish tamoyili egiluvchanlikni namoyon etish va mamlakatning barcha sanoat tarmoqlarida, shu jumladan, foydali qazilmalarni qazib olish, ishlab chiqarish, ulgurji va chakana savdo, xizmat ko'rsatish sohalarida korxona barpo etish uchun sharoitlar yaratadi.

4. O'Z KUCHIGA TAYANISH:

O'z-o'zini band qilish o'z kuchiga ishonchni va shu kuchlarga tayangan holda o'zini saqlashga intilish hissiyotini tarbiyalashni rag'batlantiradi.

5. ISH BERUVCHI:

O'z-o'zini band qilish odamlarga, ular yollanma xodim va

bo'ysunuvchi emas, balki ish beruvchi va yetakchi ekanliklaridan qoniqish hissiyotini beradi.

Biznes bilan shug'ullanish foydasiga dalillar

Biznes bilan shug'ullanish quyidagilarni amalga oshirishga imkon beradi:

1. VUJUDGA KELGAN VAZIYAT

- Meros bo'lib qolgan oilaviy boylik.
- Birdaniga nimadandir ruhlaniş.
- Boshqa ishga o'tish yoki ko'chish.
- Atrofdagi odamlarning ta'siri.
- O'z boshlig'i yoki hamkasblaridan norozilik.
- O'qishni tugatish vaqtida bo'sh o'rinlarning yo'qligi.

2. AMALIY MULOHAZALAR

- Shaxsiy hayotni yaxshilash va (yoki) badavlat bo'lish.
- Nafaqaga chiqishga tayyorlanish. Bu degani, nafaqa paytida «nimadir qilish» yoki nafaqaga qo'shimchani ta'minlash yoki unisi ham, bunisi ham.

• Qo'shimcha daromad olish va sarmoya yig'ish, misol uchun ko'chmas mulk shaklida.

• Biznesdan soliq yukini pasaytirish vositasi sifatida foydalanish yoki biznesni olib borish xarajatlari sifatida mablag'larni yopish.

• Bo'sh vaqtni ish bilan band qilish (zerikishdan qochish).

• Butun oila uchun umumiy g'amxo'rlik mazmunini tashkil etish va shu orqali uning jipsligiga erishish.

3. SHAXSIY MAVHUM MULOHAZALAR

Shaxsiy mavhum sabablar tarkibiga quyidagilar kiradi:

• hissiy rag'bat olish, shaxsiy mavqe to'g'risidagi tasavvurni hamda tasavvurdagi obrazni amalga oshirish, shaxsiy ijodiy niyatlarni rivojlanishi va kengayishidan qoniqish;

• yana boshqa bironvga ishlash zaruratidan ketish istagi;

• o'zgaruvchan ish vaqtiga ega bo'lmoq istagi - o'zingizga yoqadigan ishni, o'zingiz xohlagan paytda bajarish erkinligi;

- begonalar farmoyishlarini bajarishdan ketish istagi.

Tayanch soʻz va iboralar

Tadbirkor, sarmoya egasi, biznes, biznesmen, mulk egasi, tadbirkorlik subyekti, tadbirkor xususiyatlari, bozor infratuzilmasi, tadbirkorlikning asosiy tamoyillari: foydaga intilish, iqtisodiy erkinlik, iqtisodiy masʼuliyat, iqtisodiy tavakkalchilik, raqobatda qatnashish, tadbirkorlik siri, halollik, nufuz (imij), xususiy mulk: yakka xususiy mulk; guruhiy korporativ xususiy mulk, toʻliq hajmli iqtisodiyot, barqaror oʻsish, iqtisodiy oʻsish, tanlov erkinligi, imkoniyatlar tengligi, iqtisodiy xavfsizlik, tovarlar va xizmatlar, bandlik, daromad, ish haqi, foyda, soliqlar, shaxsiy jamgʻarmalar, ishlab chiqarish jamgʻarmalariga sarmoyalar, milliy farovonlik, oʻz-oʻzini band qilish, bandlik kafolati, moslashuvchanlik, ish vaqti.

Nazorat savollari

1. Tadbirkorlikning ijtimoiy-iqtisodiy mazmuni qanday?
2. «Biznes» va «biznesmen» soʻzlarining iqtisodiy talqini nimadan iborat?
3. Tadbirkorlarga xos xarakter qirralariga nimalar kiradi?
4. Tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qanday shart-sharoitlar talab etiladi?
5. Tadbirkorlikning asosiy tamoyillari nimalardan iborat?
6. Jamiyatni rivojlantirishda tadbirkorlik qanday rol oʻynaydi?
7. Milliy farovonlikka erishishda korxonalar faoliyati natijasi qanday boʻlishi lozim?
8. Oʻz-oʻzini band qilish deganda nimani tushunasiz?
9. Oʻz-oʻzini band qilishning afzalliklari va cheklolari nimalardan iborat?

6-BOB. SPORTDA BIZNES G'OYA–BIZNESNI ASOSI

6.1. Biznes reja maqsadi, vazifasi va uni tuzish xususiyatlari

Tadbirkor biznesga birinchi qadam qo'yayotgan paytida yoki yangi bir loyihani amalga oshirish jarayonida quyidagi qiyinchiliklarga duch keladi:

Birinchidan - moliyaviy mablag'larning yetishmasligi.

Ikkinchidan - oldindan belgilanmagan, kutilmagan holatlar ko'pligi.

Bular korxonani tanlangan yo'ldan borishga imkon bermasligi mumkin. Bunday noxush holatdan chiqishning yo'li oddindan o'z maqsadini qog'ozga qayd etish, baholash va istiqbolni belgilashdir. Bu o'z navbatida o'sha biznes rejani tuzishdir. Biznes reja keng, har tomonlama aniq tizimga tushirilgan va chuqur o'ylab tayyorlangan hujjatdir. U firmaning qay maqsadga harakat qilayotganligi, ko'zlangan maqsadga qaysi yo'llar bilan erishishi va ko'zlangan maqsadga erishgandan so'ng natija qanday bo'ladi, degan savollarga javob beradi.

Biznes reja o'zida olingan loyihani imkoniyatlari bo'yicha to'la ma'lumotlarini aks ettiradi. Biznes reja korxona (firma)ning strategik istiqbolini belgilab beradigan asosiy hujjat hisoblanadi va uni 3-5 yilga tuzish tavsiya etiladi. Biznes rejaning birinchi va ikkinchi yillariga ko'rsatkichlarni (topshiriqlarni) kvartallarga taqsimlangan holda berilishi maqsadga muvofiq hisoblanadi va faqat uchinchi yildan boshlab yillik ko'rsatkich (topshiriq)lar bilan chegaralanish mumkin. Biznes reja quyidagi asosiy masalalarni hal etadi.

Ya'ni:

- tadbirkorlar korxona (firma)lar strategiyasini ishlab chiqishning asosi bo'libgina qolmay, uni muvaffaqiyatli amalga oshishiga kafolat xam beradi;

- bozor iqtasodiyoti sharoitida tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, tartibga solish va bajaralishini nazorat qilishning

asosiy quroli bo'lib xizmat qiladi;

- tadbirkorlik faoliyatii amalga oshirish jarayoiida to'satdan yuzaga kelgan salbiy holatlar yuzasidan tadbirkorlarni oqoxlantiradi va ularni o'z vaqtida bartaraf etish tadbirlarini ishlab chiqishga yordam beradi;

- tadbirkorlik faoliyati yuzasidan banklar, investorlar va qarz beruvchilarga tegishli ma'lumotlar olishga imkon beradi.

Bundan tashkari, biznes reja tuzib chikishning ikkita asosiy sababi ham mavjud:

- tashkaridagi sarmoyadorlarni, biznesni maksadga muvofiqligi xaqida yoki ssuda berishga ishonch hosil qildirish;

- ko'zlangan maqsadni saqlab kolishga yordam berish, to'saddan yuzaga kelgan ishga kelgan holatlarda tanlangan maqsaddan voz kechmaslikni ta'minlash.

Bu yana, rejada belgilangan barcha vazifalarni to'la bajarilishini ham anglatadi:

- Biznes-reja - boshqaruvchiga korxonalarni tanglik holatlarini to'g'ri baholash imkonini beradi va undan olib chiqib ketish yo'llarini ko'rsatadi. Bu o'z navbatida boshqaruv samaradorligi ortishini ifodalaydi yoki ta'minlaydi.

- Biznes reja qo'shimcha ma'lumot kelib tushishi va ma'lum tajribaga ega bo'lish bilan maqsad hamda vazifa moslanib olinadi. Biznes rejaning bosh maqsadi firmaning ko'zlangan maqsadiga erishishi, reja-iqtisod bo'limi xodimlariga va sarmoyadorlarga tanlangan yo'lning maqsadga muvofiqligini ko'rsatib berishdir.

Bundan tashqari, biznes reja tadbirkorlarning quyidagi savollariga javob ham beradi:

Biznesning joriy holati (biz qayerda turibsiz?). Ko'zlangan maqsad (qaysi tomonga xarakat qilmokdamiz?). Eng qulay yo'l (maqsadga qanday erishamiz?). Bundan shuni xulosa qilishimiz mumkinki, biznes rejada hozirgi holatda ko'zlangan maqsadga erishishning samarali yo'llari ko'rsatilishi, joriy maqsadlarga erishishi, o'rta va uzoq davrlardagi vazifalari hal etilishi aks ettiriladi.

Xulosa qilib aytishimiz mumkinki, biznes reja tadbirkorlarning ish quroli bo'lib, rivojlanayotgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari, firmalar faoliyatida katta ahamiyatga ega. Biznes reja xaqida gap yuritishdan oldin biznesni baholash bosh rolni o'ynaydi. Bu yerda biz biznesni taxlil etishimiz lozim.

Biznes taxlili - bu korxonalarda samarali reja ishlab chiqishning zaruriy shartlaridan biri hisoblanib, ularning tashqi va ichki muhit holatlari haqida to'la ma'lumot beradi. U tashkilotning ichki va tashqi talablariga muvofiqligini aniq ma'lumotlar asosida baholaydi. Tashqi muhit taxlili jarayoni bu - boshqaruvchi yoki tadbirkorning tashqi xavfni imkoniyatini baholash, ko'zlangan maqsadga erishishdagi to'siq va muammolarni oldindan bilish imkonini beradi. Tashqi muhit omillariga quyidagilar kiradi: mahsulot ishlab chiqarish va tarmoq rivojlanishi istiqbollari; raqobat holati; mahsulotning iste'molchilari (xaridorlar); sotish faoliyati; makromuhit rivojlanishi tendensiyasi kiradi.

6.1-jadval

Biznesga ta'sir etuvchi muhitlar tarkibi

Tashqi muxit	Ichki muhit
1. Mahsulot va tarmoq rivojlanishi istiqbollari	1. Marketing
2. Raqobat xolati	2. Moliya
3. Mahsulot ista'molchilari	3. Ishlab chiqarish faoliyati
4. Sotish faoliyatini	4. Inson omili (odam manbalari)
5. Makromuxit rivojlanishi tendensiyasi	5. Ma'muriy faoliyat

Ular asosan korxonaning mavjud imkoniyatlariga bog'liq bo'lmaydi. Ichki muhit taxlili bu korxonaning barcha faoliyatiga uslubiy jihatdan baho berishdir. Uning asoslariga marketing; moliya; ishlab chiqarish faoliyati; inson omili; ma'muriy faoliyat kiradi. Ichki muhitni taxlil etish yordamida korxonaning kuchli

(ijobiy) va kuchsiz (salbiy) tomonlari aniqlanadi va kelgusida ulardan oqilona foydalanish tadbirlari belgilanadi. Bundan tashqari, muvaffaqiyatsizlik sabablarini o'rganish imkoniyati tug'iladi. Ichki muhit taxlili yoki o'zo'zini taxlil etish korxonaning barcha faoliyatiga uslubiy baho berishdir.

Uning yordamida: korxonaning kuchli va kuchsiz tomonlari aniqlanadi, unga yordam berish yo'li belgilanadi, joriy yilda turli vazifalarni barobariga hal etish va muvaffaqiyatsizlik sabablarini o'rganish imkoni tug'iladi.

Odatda o'z-o'zini taxlil etishda boshqaruvning beshta asosiy funksiyasini o'rganish tavsiya etiladi: Marketing, moliya, ishlab chiqarish, xodimlarni boshqarish va ma'muriy faoliyat. Shuni ham ta'kidlash lozimki, biznes tahlili natijalari biznes reja tuzib chiqishdagina kerak bo'lmay, balki uni joriy faoliyatiga baho berishda ham foydalidir. Biznes tahlilining asosi korxona (firma) faoliyatini o'rganish hisoblanadi.

Quyida ushbu masalaga batafsilroq to'xtalib o'tamiz.

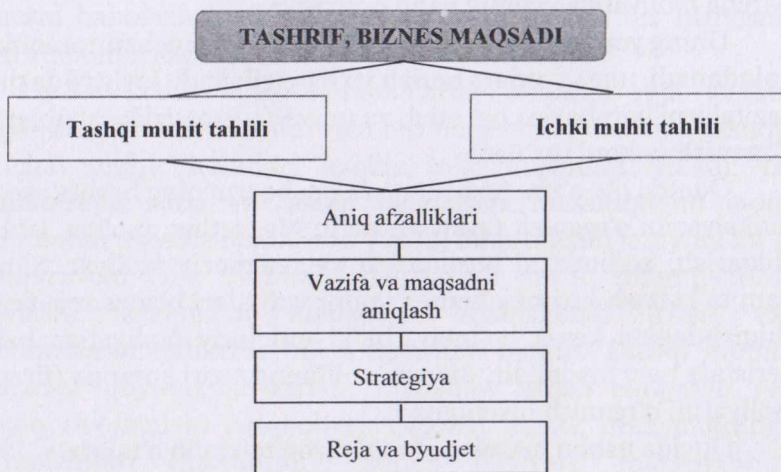
Korxonalar faoliyati tahlili bosqichi istiqbolli (strategik) rejalashtirishning boshlang'ich bosqichi hisoblanib, korxonalar rivojlanishini o'rganish va biznes rejalari ishlab chiqishning asosi hisoblanadi. U so'nggi bir necha yillar uchun asosiy yo'nalishni belgilashda ham foydalanadi. Sababi taklif etilayotgan rivojlanishning yo'nalishlarini sarmoyadorlarga, firma xodimlariga tushunarli, aniq va ravshan bo'lishini isbotlashdir.

Ikkinchi bosqichi rejalashtirish davri: biznes rejalar-ning aniq davomiyligi, tovar ishlab chiqarish va biznes xususiyatidan kelib chiqib har xil bo'lishi mumkin. Odatda biznes rejalar ikki-uch yilga tuzilib, birinchi yilning barcha ko'rsatkichlari oylar bo'yicha aniq-ravshan ko'rsatiladi. Keyingi yillarga umumlashgan istiqbol yo'nalishlari bo'yicha asosiy topshiriklar aks ettiriladi.

Biznes rejalar o'z muddatiga qarab bir yildan besh yilgacha bo'lishi mumkin.

Uchinchi bosqichining asosiylaridan biri, uni maqsadga erishish hisoblanadi.

Bunda, biznes reja ayrim tovar bozorlaridagi firmaning strategik (istiqbolli) faoliyatini ifodalaydi. Quyidagi 6.1-rasmda biznes reja tuzish texnologiyasi aks ettirilgan.



6.1-rasm.
Biznes reja tuzish texnologiyasi

Biznes reja tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanayotgan korxona (firma)larning kelgusi davriga ishonchli asosdir. Chunki biznes rejalarda barcha biznesga oid moliyaviy hujjatlar, firma tarixi, rivojlanish tajribalari va yo'l qo'yilgan holatlari ilova qilingan bo'ladi. Yangi tashkil etilayotgan korxona (firma)lar uchun yuqoridagi ilovalar zarur emas. Ko'proq bu yerda reja tuzish asosi qilib bozorni o'rganish natijalarini olishimiz mumkin, ya'ni marketing tadqiqotlari natijalari. Bu yerda biz bir necha savollarga javob berishimiz kerak. Bu savollar: Biznes rejani kim tuzadi? Biznes reja qachon kerak bo'ladi? Qanday alohidalik tomonlari mavjud?

Yuqoridagi savollarga javobni quyidagi bo'limlar orqali atroflicha bilib olamiz.

Odatda, biznes rejaning sifati, uni kim tomonidan tuzib chiqilishiga bog'liq bo'ladi. Xalqimizda shunday naql bor: "Nima eksang, shuni o'rasan". Bu biznes reja uchun to'la taalluqlidir. Biznes rejani kimlar ishlab chiqishi borasida har xil fikrlar yuradi. Ayrimlari korxona rahbarining ishi, chunki u bunga mutaxassis va konsultantlar yordamidan foydalanish imkoniyatiga ega deb hisoblaydi. Boshqa bir fikr shundan iboratki, biznes reja tuzishda korxona ishchilarini keng jalb etish mumkin.

Agar korxona jamoasi o'zlari mustaqil ishlab chiqsa, "o'zing tuzdingmi - o'zing bajar" tamoyili asosida ancha oson bo'ladi. Biznes rejani tuzishning aniq yo'llari bu — maqsadni aniqlash, rejalashtirish davrini belgilash, rahbar shaxsi, korxona xodimlarini ishga loyikligini baholash, ularni tajribasiga tayanish, bilimi va boshqalar hisoblanadi. Agar siz o'z ishingizni (loyihangizni) yaxshi bilsangiz, axborot bilan to'la tanishgan bo'lsangiz, unda sizga "Biznes reja" tuzib chiqish unchalik murakkab emas. Ammo bu jarayonga mutaxassis jalb etish, ular fikrini hisobga olish, reja sifatini oshishiga olib keladi. Hozirgi kundagi tajriba shuni ko'rsatadiki, eng to'g'ri variant reja tuzishda tadbirkor yoki mutaxassislarning maslahatiga keng tayanishdir.

Maslahatchilar va tajribali mutaxassislar muammoni to'g'ri qo'yish bilan bir qatorda "Biznes reja"ga tovar xususiyatini ta'minlab beradi. Bundan tashqari, maslahatchilarni biznes reja ishlab chiqish jarayoniga jalb etilishi mahsulotlar sotish bozorini tanlashda va moliya rejasini ishlab chiqishda ham beqiyosdir.

Endi, navbat biznes rejalarining tadbirkorlar uchun qachon kerakligidadir. Ko'pchilik ish yurituvchilar, tadbirkorlar, korxona (firma) rahbarlari "Biznes reja" qachon kerak deyilganda, bankdan ssuda yoki sarmoyadordan pul olishda zarur bo'ladigan hujjat deb hisoblaydi. Shu sababli ayrim qo'shimcha mablag' talab etilmaydigan korxonalar biznes reja tuzmaydilar. Rejalashtirish jarayonini to'lig'icha to'g'ri tushunmaydi va uning afzalligi, foydasi haqida yetarli tasavvurga

ham ega bo'lmaydilar. Bunday qarashlar noto'g'ri hisoblanadi. Mulk formasidan qat'i nazar barcha tadbirkorlik faoliyati uchun biznes reja zarurdir. Biznes rejalar kimlarni ko'proq qiziqtiradi?

U asosan xo'jalik faoliyati yurituvchilar va investisiya (sarmoya)ga muhtoj bo'lganlar uchun tuziladi:

- ish yurituvchilar;
- mulkdorlar;
- sarmoyadorlar.

Ish yurituvchilar, odatda, biznes reja tashkilotchisi va bajaruvchisi hamdir. Kam e'tibor berilsada, ish yurituvchining imkoniyati biznes rejada emas, balki uni rejalashtirish jarayonida yuqori bo'ladi. Mulkdorning biznes reja tuzishdan manfaatdor bo'lishi, o'z firmasini kelgusidagi rivojlanishi haqida ma'lumotga ega bo'lishdir.

Kichik korxonalarda ish yurituvchi bir vaqtning o'zida mulkdor ham bo'lishi mumkin yoki biznes reja tashkilotchisi, bajaruvchisi va nazorat olib boruvchisi kabi har xil rolni bajarishi ham mumkin. Odatda, biznes rejalar banklar uchun tuziladi. G'arb banklarining ko'pchiligiga biznes rejalarini takdim etilishi majburiydir. Kredit beruvchilar biznes rejani kredit berish haqidagi qarorlarni qabul qilishdan oldin axborotlarini qo'shimcha manbai sifatida ko'radilar. Ammo kredit aniq bir shaxslarga belgilangan maqsadlari uchun beriladi.

Bundan ko'rinib turibdiki, maqsadni ham bilib olish foydadan xoli bo'lmaydi. Biznes reja tuzilishi ish yurituvchi, mulkdor va sarmoyador uchun manfaatlidir.

Bu ularning quyidagi savollariga to'la javob beradi:

- Firma loyixa imkoniyatlarini baholashda loyixa kelgusida tijorat va moliyaviy yutuq keltiradimi?

- Firma va byudjet to'la faoliyati yuzasidan maqsadni belgilashda firmaning qanday umumiy vazifasi mavjud va uni kelgusida rivojlanishi qanday? Byudjet, uning tuzilishi, daromadi va xarajati haqida to'la tushuncha mavjudmi?

- Zarur bo'lgai sarmoya maqsadini aniqlash va rejalarini bajarish uchun qanday mikdorda mablag' kerak bo'ladi?

G'oyaga aniqlik kiritishning oxirgi yakuniy hujjati bu biznes reja hisoblanadi. U o'zida taxlil natijalari, g'oya va to'satdan yuzaga kelgan fikrlarni umumlashtiradi. Faoliyat yuzasidan to'la ma'lumot beradi. Amaliyotda tanishtirish (prezentasiya) va taxlil o'tkazishda yaxshi ishlab chiqilgan biznes reja to'la kafolat bermasada pul olishga yordam beradi. Sarmoyador biznes rejadan axborot manbai sifatida foydalanadi.

Shu asosda faoliyatni baholaydi.

- Loyixa tavakkalchiligi (risk) va likvidasiya darajasi.
- Boshqaruv sifati.
- Boshkaruv sifati ko'p holatlarda kredit uchun kafolat omili bo'lib xizmat qiladi. Ayrim holatlarda pul berish yuzasidan qaror qabul qilinishicha asosiy bo'lim biznes rejani mazmuni emas, uning takdim etilishi va rasmiylashtirilishi xam axamiyat kasb etadi.

Biznes rejani ishlab chiqishdan asosiy maqsad - firma faoliyatini kelgusi davr va ayrim olingan davrdagi bozor ehtiyojlari hamda zaruriy manbalar olish imkoniyatlaridan kelib chiqishdir. Biznes rejalar tadbirkor uchun quyidagi asosiy vazifalarni hal etishda yordam beradi:

- Firma faoliyati asosiy yo'nalishi, bozor maqsadlari va firmaning bozordagi o'rnini aniqlash.

- Firmaning uzoq muddatli va qiska davr maqsadlari, sgrategiyasi, taktikasini amalga oshirishga erishishni belgilab berish.

- Firmaning isge'molchilarga tavsiya etadigan tovar (xizmat)lar tarkibini tanlash va asosiy ko'rsatkichlarni aniqlash.

- Kadrlarga ko'yilgan talablar va ularning o'z vazifalariga mos kelishini baholash.

- Bozorni o'rganish bo'yicha firma marketing tadbirlari tarkibini, reklama realizasiyasini rag'batlantirish, bahoni shakllantirish va realizasiya yo'llarini aniqlash.

- Mavjud material va moliyaviy mablag'lardan kemayib chiqib, firmaning material va mopiyaviy holatini baholash.

- Biznes rejani muvaffaqiyatsizligaga ta'sir etuvchi omillar xaqida ogoxlantirish.

Bugungi kundagi sharoit tadbirkordan biznesda muvaffaqiyatsizlikka uchrashdan ko'ra, ma'lum vaqt sarflab biznes reja ishlab olishni talab qiladi. Yozma shaklda jihozlangan biznes reja ishni tashkil etish va uni bajarishni ta'minlashda katga axamiyatga egadir. Agar biznes tez sur'atlar bilan o'zgarib turgan takdirda xam uni ishlab chiqishni esdan chikarmaslik shart.

Korxona (firma) faoliyatida biznes rejalardan foydalanish quyidagi samarani beradi:

a) rahbarlarni firmaning kelgusi faoliyati bilan qizikishga undaydi;

b) ko'zlangan maqsadga erishishda qabul qilinayotgan karorni o'ta aniq bo'lishiga imkoniyat yaratadi;

v) firma faoliyati ustidan kelgusida nazorag olib borish uchun ko'rsatkichlarni belgilaydi;

g) rahbarlarning maqsadlarini aniq belgilash va unga erishishning to'g'ri yo'llarini tanlashga undaydi;

d) bozordagi holatlarni to'satdan o'zgarish sharoitida har qanday salbiy holatlardan muvaffaqiyatli chikib ketishni ta'minlaydi;

ye) firmaning barcha raxbarlari burch va majburiyatlarini aniq ko'rsatib beradi.

Yana bir yaxshi tomoni, to'g'ri tuzilgan biznes reja firmaning kelgusida rivojlanishini ko'rsatadi, biznesmenning zarur bo'lgan quyidagi asosiy savollariga ham javob beradi: Pulni ushbu faoliyatga sarflash maqsadga muvofikmi? Daromad olib keladimi?

Qilingan xarajatlarni qoplaydimi?

Qoida bo'yicha, biznes rejaga ehtiyoj juda murakkab va zarur masalalarni hal etishda yuzaga keladi, masalan:

1. Harakatdagi va yangi tuzilayotgan xususiy hamda hissadorlik firmalari kredit olish uchun buyurtma tayyorlashda.

2. Davlat korxonasini xususiylashtirishni asoslashda.

3. Yangicha ish tashkil etish, firmaning kelgusida mahsulot ishlab chiqarish yo'nalishi va tijorat faoliyati holatini aniqlashda.

4. Firma faoliyatini o'zgartirish va yangi turdagi mahsulot ishlab chiqarish, yo'nalish va usullar tanlash orqali tijorat jarayonlarini amalga oshirish yo'nalishlarida.

5. Xususiylashtirilgan va xususiy firmalar aksiyalarini chiqarish hamda realizasiyasini ta'minlashda.

6. Tashqi bozorga chiqish, chet el investisiyasini jalb etishda va boshqalar.

Biznes rejalar ko'lamini ko'zlangan maqsadning yo'nalishi hajmiga bog'liq holda o'zgarishi mumkin. Bu yerda ko'rilayotgan masalalarini o'rganish darajasi ham asosiy rol o'ynaydi. Bundan tashqari, biznes reja tuzishda tadbirkorlarning o'zlari qatnashuvi darajasi juda ham zarur hisoblanadi.

Chet el investorlari shaxsan rahbar tomonidan tuzilgan biznes rejalarni alohida baholaydilar. Konsultantlar tomonidan ishlab chiqilgan va rahbar imzolagan biznes rejalar ko'p holatlarni tan olmaydilar. Bu o'z vaktida konsultantlardan foydalanmaslikni bildirmaydi, ammo ekspertlarni jalb etishni keng ko'llab-quvvatlaydi. Gap shaxsan rahbari biznes reja tuzishda ishtiroki haqida boradi.

Biznesni rejalashtirishning birinchi qadamlaridan biri yuqori malakali kadrlarga asoslangan ishchi guruhni tashkil etish hisoblanadi. Ushbu guruhga o'ga mas'uliyatli vazifa yuklatilib, korxona uchun biznes reja ishlab chiqish va bozor sharoitida muvaffaqiyatli ishlash imkonini yaratib berishdir. Butun bir "Biznes reja" va uning bo'limlari keng har tomonlama muhokama qilinishi zarur. Biznes turiga qarab ishchi guruh tarkibiga marketologlar, yuristlar, injener-texnik xodimlar, iqtisodchilar, ruhshunos (sosiolog)lar jalb etiladi. Ish hajmini katga bo'lgan holatda ular tarkibidan mavda ishchi guruhlar tashkil etilishi mumkin.

Har bir guruhga mas'uliyatli shaxs yoki rahbar tayinlanadi. Biznes moxiyatidan kelib chiqib aniq topshiriqlar beriladi va ularni bajarishning aniq muddati belgilanadi.

Agar biznes reja ishlab chiqishda ma'lum bir chegaralangan shaxslar ishtirok etsa, ushbu biznes o'ta yuqori muvaffaqiyatga erishmaydi. Shu maqsadda biznes reja ishlab chiqishga korxonaning barcha asosiy bo'limlari boshliklari (menedjerlari)ni jalb etilishi maqsadga muvofiqsir. Chunki ular doimiy ravishda rahbariyat oldida reja bajarilishi haqida xisobot berib turadilar.

Biznes reja tuzish - korxonani oldindan belgilab olgan strategiyasi va taktikasi asosida moliyaviy-iqtisodiy ahvolini taxlil etish hamda baho berish jarayoni. Yuzaga kelgan hisobotga baho berish jarayonida quyidagi savollarga javob berilishi kerak:

Korxonaning tarmoq ichida tutgan o'rni kanday? Korxona faoyaiyat ko'rsatadigan bozor holati qanday? Korxona mavjud bozorning kancha qismini egallashni xohlaydi?

Kanday sezilarli o'zgarishlar bo'lishi mumkin?

a) ishlab chiqariladigan mahsulot va ko'rsatilgan xizmat sohasida;

b) tarmokda qo'llaniladigan texnologiya darajasida;

v) raqobat turi borasida.

Korxona kelgusida mahsulot ishlab chiqarish sifatini (raqobatbardoshligini) orttirish maqsadda kanday tadbirlar amalga oshirishni ko'zda tutadi?

Korxona kanday afzalliklarga ega? Kuchli tomonlari mavjudmi? Korxonaning kuchsiz tomonlari mavjudmi? Korxonani ko'zlagan maqsadiga erishishida ko'shimcha kapital mablag' zarur bo'ladimi?

Bozor iqtisodiyoti sharoitida xo'jalik yuritish rahbarning o'tgan davrda korxona moliyaviy holatini chuqur taxlil etishni taqozo qiladi. Maqsadi - mavjud aktivlardan oqilona foydalanish va korxonani kelgusida strategiyani rejalashtirishni aniqlashdir.

Korxonaning moliyaviy hisoboti keng ma'noda olganda imkoniyatli sheriklar (hissadorlar, qarz beruvchilar, mol yetkazib beruvchilar) bilan uzviy aloqani bosh manbai va vositachisi bo'lib xizmat qiladi. Hisobot ko'rsatkichlari taxlil etishni to'g'ri yo'lga qo'yilishi korxona moliyaviy xo'jalik faoliyatini taxlil etish va

sheriklarda ishbilarmonlik jarayonlarini birgalikda amalga oshirishga ishonch tug'diradi. Korxona moliyaviy-xo'jalik faoliyatini taxlil etishda axborot manbai etib buxgalteriya balansi va moliyaviy natijalar hisoboti olinadi. Korxona balansidan aniqbir davrga (kvartal, yil) moliyaviy holat to'g'risida tavsifnoma olish mumkin. Taxlil etishda quyidagi asosiy koeffisiyentlardan foydalanishi mumkin. Joriy likvidlik koeffisiyenti

$$(K. t. l). K. t. l = OS/KO$$

Bu yerda:

OS - aylanma mablag'lar;

KO - qisqa muddatli majburiyat.

Joriy likvidlik koeffisiyenti (darajasi) karz miqdori bilan likvid mablag' (karz to'lashga qodir mablag'ning) miqdori o'rtasidagi nisbatga bog'liq bo'ladi. Agar qarz likvid mablag'dan ko'p bo'lsa, korxona bankrot bo'ladi. Bu ko'rsatkichlar korxonalarini aylanma mablag'lari bilan to'la ta'minlanganligi va o'z vaqtida muddatli majburiyatlarni bajarilishini ifodalaydi. U korxonada mavjud bo'lgan ishlab chiqarish quvvatlari, tayyor mahsulotlar, pul mablag'lari, debitorlik qarzlari va boshqa aylanma aktivlarini muddatli majburiyatlariga hisoboti bilan aniqlanadi.

Shaxsiy mablag'lar bilan ta'minlanganlik

Bu ko'rsatkich korxonani moliyaviy turg'unligini ta'minlovchi aylanma mablag'larini mavjudligini bildiradi. Shaxsiy mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffisiyenti bu shaxsiy aylanma mablag'lar hajmi manbaidan haqiqiy asosiy vositalar qiymati va aylanmadan tashqari aktivlar farqini korxona aylanmasida bo'lgan mavjud ishlab chiqarish zaxiralari ko'rinishidagi aylanma mablag'lar, tugallanmagan ishlab chiqarish, tayyor mahsulot, pul mablag'lari, debitorlik qarzlari va boshqa aylanma mablag'lar farqiga nisbati bilan aniqlanadi.

Moliyaviy-iqtisodiy talab qoniqarli deb hisoblanadi.

Qaysiki quyidagi shartlardan biri bajarilsa:

- Yil oxiriga likvidlik koeffitsiyenti 2 dan kam bo'lmagan ahamiyatga ega bo'lsa.

- Yil oxiriga aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik 0,1 kam bo'lmagan ahamiyatga ega bo'lsa.

Yuqoridagi omillar ta'sirini taxlili yordamida boy berilgan imkoniyatlar aniqlanadi. Shu asosda asosiy vositalar, mehnat, moliya materiallar va axborot manbalaridan foydalanish darajasini oshirishni moddiy imkoniyati tug'iladi. O'z-o'zini baholash jarayoni kelgusida korxonaning strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish sharoitini yaratadi hamda ko'zlangan maqsadga tezda erishishga olib keladi. Korxonaning barcha shakllangan bo'lim va bo'g'inlarida aniq hamda real maqsadlar bo'lishi kerak. Ular tarmoq va bozor nuqtai nazaridan asoslanishi shartdir.

Yangi loyiha yuzasidan biznes reja ishlab chiqishdan avval birinchi navbatda ularni texnik iqtisodiy jihatdan asoslash, ya'ni qo'yilgan maqsad bo'yicha loyihaning muvofiqligini aniqlash lozimdir. Agar loyiha maqsadga muvofiq bo'lsa, uni yana qo'shimcha ravishda o'rganish va to'la qonli dara-jada loyihani asoslash kerak. Uning keyingi bosqichida ko'zlangan maqsadni xal etish yo'lida strategik reja ishlab chiqishdir.

Bu rejaga barcha bo'g'in va bo'limlarning strategiyasi kiritilishi shart. Bu yerda eng kerakligi bo'lim va bo'gin rejalarini koordinasin qilinishi, mudaatlari bilan birbiriga bog'langanlishni ta'minlash maqsadga muvofikdir.

Ko'zlangan maqsad bo'yicha korxona ishlab chiqarish strategiyasini shakllantirishda quyidagi savollarga javob berish kerak:

1. Mavjud tashkiliy tizimga qanday ta'siri bo'ladi?
2. Yangi yoki oldingi faoliyat turi korxona uzoq muddatli maqsadiga erishishga mos keladimi?
3. Ushbu loyiha bo'yicha quyilgai vazifani bajarishga korxona tayyormi?

4. Rahbarlik darajasi loyiha talablariga mos keladimi?
 5. Moliyaviy nuqtai nazardan korxona o'zini boshqarishi mumkinmi?
 6. Ko'zlangan loyihani amalga og'irish uchup korxonani moliyaviy mablag'lari yetarlimi?
 7. Korxona loyihani amalga oshirishi yo'lida zaruriy mablag'larni bir joyga jamlashi mumkinmi?
 8. O'ylangap strategiya korxonaiipg ijobiy tomonlarini yoritishga imkon beradimi?
 9. Muvaffaqiyachni yuzaga kelishi qay darajada yuqori. uni amalga oshirishda korxona yana nima ishlar qilish kerak?
 10. Qanday tavakkalchilikka duch keladi, agar u amalga oshirilmasa yoki qo'llanilmasa maqsadga erishib bo'ladimi?
 11. Ishlab chiqarish strategiyasini amalga oshirish qancha vaqt talab qiladi va u qanday natijalar beradi?
 12. Tavakkalchilik darajasi qanday xolatlarda kamayishi mumkin?
 13. Qachon mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishda zararsizlik nuqtasiga erishiladi?
 14. Tashqi omillar ta'siri qanday bo'lishi mumkii?
 15. Qabul qilingan rejani korrektirovka qilish maqsadida vaqti-vaqti bilan ko'rib turilishi qanday?
- Yuqoridagi savollarga biznes rejada atroflicha, annq taxlil ma'lumotlariga asoslangan holda javob berilishi ko'zlangan maqsadga erishishning bosh mezoni hisoblanadi.

6.2. Biznes reja tuzilishi va uni amalda qo'llash jarayoni

Har qanday biznes reja doimiy ravishda qayta qurib borilishi shart. Aniq va samarali reja ham tashqi muhit shartlari o'zgarishi hisobiga maqsadini yo'qotishi mumkin.

Biznes reja maqsadi, vazifasi tashqi va ichki omillar hisobiga o'zgarishi mumkin, ya'ni umumiyqtisodiy ahvol, xaridorning holati, yangi texnologiya, raqobat ichki omillar yuqori malakali

kadrlarni yo'qotish va hokazo.

Bundan tashqari, bozordagi, tarmokdagi va korxonadagi barcha o'zgarishlarni xisobga olmoq kerak. Chunki bu o'zgarishlar biznes rejani bajarishga ta'sir etishi e'tibordan xoli emas. Shuning uchun korxona rahbarlari tomonidan tegishli o'zgarishlar kiritilib borilishi maqsadga muvofiqdir. Rahbar bozor sharoitidan kelib chiqib rejaga nisbatan farqlanishni tushunishi va to'la baholashi lozim.

Rahbarning bunday yondashuvi reja topshiriqlarini bajarish va maqsadga erishishda to'g'ri yo'lni tanlaganligini bildiradi hamda o'z navbatida muvaffaqiyat garovi ham bo'lib qoladi. Yuqoridagi maqsadga erishishning birdan bir yo'li uning yetarli axborot manbaiga ega bo'lishidir. Hozirda biznes ko'proq axborot manbai yetarli emasligi hisobiga qiyinchiliklarga duch kelmoqda.

Ularga:

- korxona raxbari ish stolida tezkor ma'lumot mavjud emasligi;

- tovar material boylik hisobi yetarli darajada to'liq olib borilmasligi;

- tovar material zaxiralari zarari, mahsulotlarni tabiiy yo'qolishi, unumsiz yo'qotishlar hisobi va to'la amalga oshirilmaganligi;

- mahsulot turi bo'yicha hisob yangi holatda olib borilmaganligi;

- debitor kreditorlik qarzlari hisobotlari kech tayyorlanishi yoki rahbar tomonidan tahlil etilmasligi va hokazo. Bundan tashqari, bozor iqtisodiyoti sharoitida korxona rahbarlari tashqi axborot manbalarida foydalanadi.

Ularning sababi:

- axborot va konsalting markazlar xizmati joylarda talab darajasida emasligi;

- tijorat banklari faoliyat turi nisbatan cheklanganligi;

- tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar palatasining

ishlari tadbirkorlarni to'la qoniqtirmasligi;

- konsern, tarmoq uyushmalari. investision uyushmalar;

- kasb jurnallari kam darajada chop etilishi o'z vaqtida yetib kelmasligi;

- birja yangiliklari doimiy ravishda berib borilmasligi;

- biznes fond materiallari o'z vaqtda yetkazilmasligi.

Demak biznes reja sharoitni o'zgartirishini hisobga olgan holda doimiy ravishda taxlil etilib va o'zgartirib borilishi kerak. Bu yerda korxona rahbarining sharoitni baholash va oldindan ko'rish imkoniyatlari bunga xalaqit bermaydi. Yuqoridagi qobiliyatlar o'z navbatida rahbarning ijobiy va salbiy tomonlarida namoyon bo'ladi. Yaxshi, kuchli rahbar ichki istiqbol yo'llari asosida to'g'ri yo'lni tanlaydi.

Hozirgi kunda jahon amaliyotida biznes rejalarining 5 ta bo'limlardan tortib 18 ta bo'limgacha tuzib chiqilgan ko'rinishlari mavjud. Biznes rejalar tarkibi odatda biznes mazmuni, mohiyati, doirasi va darajasidan kelib chiqib belgilanadi. Aniq tasavvur hosil qilish maqsadida.

Ayrim misollar keltiramiz:

Biznes rejalar taxminiy tuzilishi:

1-bo'lim. Firma imkoniyatlari (kirish).

2-bo'lim. Tovarlar (xizmatlar) turlari.

3-bo'lim. Tovarlarini (xizmatlar) sotish bozorlari.

4-bo'lim. Sotish bozorida raqobat xolati.

5-bo'lim. Marketing rejasi.

6-bo'lim. Ishlab chiqarish rejasi.

7-bo'lim Tashkiliy reja.

8-bo'lim. Firma faoliyati xuquqiy ta'minoti.

9-bo'lim. Tavakkalchilikni baholash va sug'urta.

10-bo'lim. Moliya bo'limi.

11-bo'lim. Moliyalashtirish strategiyasi.

Endi har bir bo'limning alohila sharhini ko'rib chiqamiz.

Bozor sharoitida har qanday firma doimiy ravishda o'z oldiga quyidagi savollarni qo'yadi:

1. Firma o'zida nimani aks ettiradi?
2. Firma ishlab chiqargan tovarlarni (xizmatlari) iste'molchilari kimlar xisoblanadi?
3. Xaridorlarning imkoniyatlari qanday va ularga qaysi tovar (xizmat)lar qadrlil?
4. Kelgusida firma qanday bo'lishi kerak va qanday bo'ladi?

Ushbu savollarga berilgan javoblar:

Javoblar majmui firma faoliyati dasturini aks ettiradi. Yaxshi ishlangan dastur firmaning kelgusi istiqbollari kafolatidir. Dastur tayyorlashda firma faoliyati va yo'nalishi aniq belgilab olinishi zarur.

Ishlab chiqarilayotgan tovar sifati firma ishlab chiqarish faoliyati samaradorligini belgilovchi omil bo'ladi. Shuni esda tutish lozimki, tovar, texnologiya eskirishi mumkin, ammo bozor talabi doimo yuksalib boradi. Korxona rahbari firma dasturini ishlab chiqishda faoliyatni o'ta tor yoki o'ta keng doirasida tanlab olmasligi zarur.

Firmaning faoliyat dasturini ishlab chiqish strategik rejalashtirishning birinchi bosqichi xisoblanadi.

Strategik rejalashtirish bu firmaning barcha kuch va imkoniyatlarga tayangan holda o'zgaradigan tashqi shartlarga o'ta tez moslashuvni ta'minlovchi xo'jalik mexanizmini yaratishdir. Bu xo'jalik faoliyatida tavakkalchilik va ishonchsizlikni kamaytiray, tanlangan yo'nalish bo'yicha manbalarni mujassamlashishini ta'minlaydi.

Boshqarishiiig oliy bo'g'inida firma rahbarlarining asosiy funksiyalari strategiyani ishlab chiqish va amachga oshirish hisoblanadi. Strategik reja firmaning asosiy maqsadi va unga erishish yo'llarini belgilaydi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib strategik rejalashtirishning ma'nosini quyidagicha anglash mumkin:

- Firma daromadlarini ko'paytirishga sharoit yaratish.

- Firma rahbarlarini tashqi muhitni oddindan ko'ra bilishga undash.

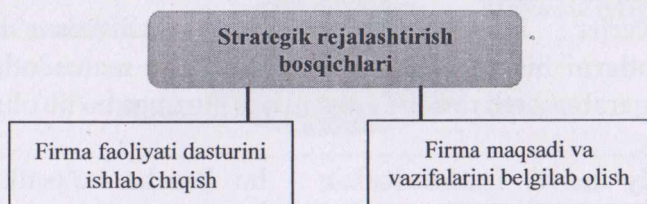
- Firma xabarlariga doimo ko'zlangan maksadga erishish yo'lida mavjud manbalarni okilona taqsimlashga imkomniyat berish.

Strategik rejalashtirishning zaruriy shartlaridan biri firmaning yuqori organlari tomonidan ishlab chiqilgan strategiyada uning o'rta va quyi bo'g'irlarni qo'llab-quvvatlashi hisoblanadi. Bunda firmaning har bir xodimi ko'zlangan maqsadga erishishda o'z vazifasi, huquqi va burchini to'la anglab yettan bo'lishi kerak.

Strategik rejalashtirishning ikkinchi bosqichi firma maqsadi va vazifalarini belgilab olishdir.

Firma maqsadini belgilashda miqdor va sifat ko'rsatkichlardan foydalaniladi. Miqdor ko'rsatkichlari orqali firmaning bozordagi ulushi, mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlari, foyda miqdori va xokazolar aks ettirilsa, sifat ko'rsatkichlari orqali esa quyidagilarni xususiyatlash mumkin:

- bozorni jalb qilish (o'zlashtirish);
- yangi mahsulot yaratish va sotishni tashkil etish;
- firma faoliyat ko'rsatayotgan davlatda atrof muhofazasi;
- savdo-sotiq amalga oshirilayotgan davlatda bandlik;
- va xokazo.



6.2-rasm.
Strategik rejalashtirish bosqichlari

Firma o'z maqsadini qanchalik aniq belgilab olsa, strategiya amalga oshirilishida shunchalik muvaffaqiyatga ega bo'ladi.

Hozirgi kunda ishbilarmon tadbirkor shunday tozar turlarini tanlasin, uni ishlab chiqarish, sotish iloji boricha kam kooperasiyani talab egib va chetdan keltiruvni yoki xom ashyo va materiallarni o'rni almashuvini ta'minlasin.

Shunday ekan firma boshqaruvchining asosiy funksiyalaridan biri tovar turlarini rejalashtirish hisoblanadi.

Bu yerda birinchi navbatda quyidagilar hisobga olinishi kerak bo'ladi:

- firma imkoniyatlari;
- ishlab chiqarish, moliya va material resurslar manbai;
- mahsulotni sotish tizimi;
- manjud xodimlarning malakasi va boshqa omillar.

Shu asosda bozor talabi va imkoniyatli xaridorlarni Tovar ko'rsatkichlari bo'picha talablari o'rganiladi.

Firmaning imkoniyatlari xaridorlar va bozor talablaridan kelib chiqib tovarlar assortimenti tanlanadi. Bundan tashqari, xar bir tovarning bozorda tutgan o'rni xam aniqlanadi. Bu yerda mszon qilib raqobatchilar tovarlari va shu turdagi boshqa ishlab chiqaruvchilar tovarlari olinadi. Firma doim o'zi ishlab chiqarayotgan mahsulotlarni sifatini oshirish bo'yicha maqsadli ishlar olib boradi, iloji boricha xaridorlar talabiga mos kelishini ta'minlashga intiladi.

Tovarlar assortimenti (turi)ni tanlashda barcha mahsulotlarni hisobga olish lozim. Bu yerda mahsulotlarning sifatiga qarab shartli ravishda ularni 4 ta guruhga bo'lib olishimiz mumkin.

Oliy navli mahsulotlar - bu barcha ko'rsatkichlari bo'yicha boshqa tovarlardan ustun guradigai mahsulotlar hisoblanadi. Ularga ko'p hollarda yangi turdagi mahsulotlar kiradi. Bunday tovarlarni ishlab chiqaruvchilar mahsulotlarga yuqori baho belgilash yordamida o'z foydasi va bozordagi ulushi (hissasi)ni oshirishi mumkin.

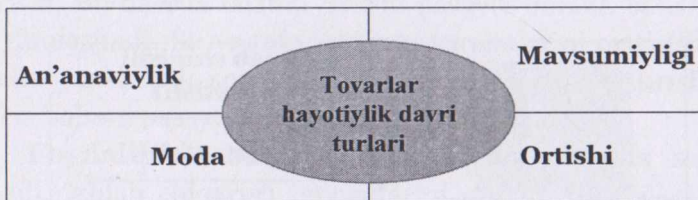
Raqobatbardosh mahsulot - oliy navli mahsulotga mos keladi va boshqa tovarlarga nisbatan bozorda o'rgacha darajaga ega bo'ladi.

Odatda, raqobatbardoshlik quyidagi omillar hisobiga erishiladi. Ularga reklamalar orqali maqsadli marketing tadbirlari olib borish, sotishni rag'batlantirish, bahoni shakllantirish, sotishdan keyingi xizmatlarni joriy etish va hokazo.

Sifati pasaytirilgan darajadagi mahsulotlar — bu boshqa raqib mahsulotlariga nisbatan bir necha salbiy iste'mol xususiyatlarga ega bo'lgan mahsulotlardir. Bu yerda ishlab chiqaruvchi bahoni pasaytirish strategiyasidan foydalanishi mumkin.

Past sifat darajasidagi mahsulotlarga raqobatbardosh hisoblanmaydigan, o'z iste'molchilarini topa olmaydigan, ko'p holatlarda past baholar bilan sotiladigan mahsulotlarga aytiladi. Bu holatda ishlab chiqaruvchi mahsulot sifatini yaxshilashi yoki tashlab yuborib yangi mahsulot ishlab chiqarishi mumkin.

Tovar assortimentini shakllantirishda marketing tadqiqotlari asosida tovarning hayotiylik davrini bilib olish lozim (chizmaga qarang).



6.3-rasm.
Tovarning hayotilik davri turlari

Tovar hayotiylik davri - bu bozorda tovarni ishlab chiqarilgani va sotilgani oralig'idagi davr. Bu ko'rsatkichdan hozirda marketing strategiyasini belgilash, ishlab chiqish va

sotishni tashkil etishda keng qo'llaniladi.

Tovar hayotiylik davri quyidagi bosqichlarga bo'linadi (6.3-rasm). Bu chizmada yaqqol aks ettirilgan bo'lib, ularni yaratish, joriy etish turg'unlik, pasayish bosqichlariga bo'lishimiz mumkin. Tovarining hayotiy davrini quyidagi bosqichlarga bo'lishimiz mumkin (6.4-rasm).

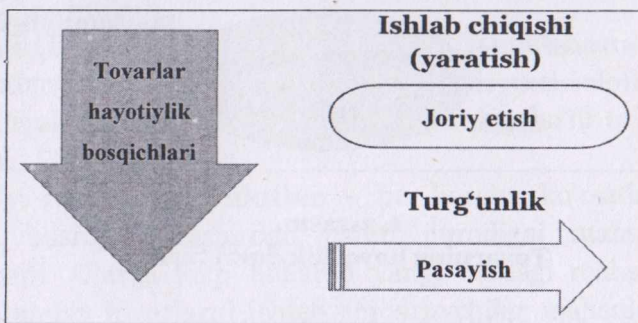
Ishlab chiqish (yaratish) bosqichida tovarning boshlang'ich ko'rsatkichlari atroflicha tahlil etiladi, yangi texnik iqtisodiy tavsifi, rangi, nomi. dizayn, o'rash, sotish va sotishdan keyingi xizmatlar, kafolat, foydalanish yuzasidai ko'rsatma va hokazo.

Bu yerda shunday xulosaga kelish kerakki, bugun va ertaga xaridorlar tavarlarni qanday bo'lishini xohlaydilar, Ishlab chiqish (yaratish) bosqichida tovarlar samarasi uch toifaga bo'linadi:

1. Tovarni tasvir etish bo'yicha olinadigan samarasi - bu tovarni sog'ib olgandan so'ng shinadigan samarasi hisoblanadi.

2. Aniq foydalanish holatidagi tovarlar samarasi - bu yerda xususiyatlari, tashqi ko'rinish, sifati, markasi va boshqa holatlari bilan anshutanadi.

3. Tovarining yo'ldagi samarasi - bu yerda zaruriy o'rnatish kafolat sotishdan keyingi xizmat, yetkazib berish va moliyalashtirish evaziga olinadigan samara hisoblanadi.



6.4-rasm.
Tovarning hayotilik davri bosqichlari

Joriy etish - bu yangi tovarning bozorga chiqish bosqichi. Yangi tovarni bozorga olib chiqishda firma quyidagi vazifalarni hal etishi lozim. Tovarni qachon, qayerga, kimga va qanday taklif etish mumkin. Bu bosqichda firmadan marketing xizmatini kuchaytirishni takazo etadi.

Talabni ortishi - bu bosqich xaridorlarning tan olishi va bu mahsulotga bo'lgan talabni tez ortishi bilan ifodalanadi. Tovarlarni yansh modifikasiyasi yuzaga kelali, sotish tezlashadi, qayta sotib olish soni ortadi, tovarning ommaviylashuviga olib keladi.

Bu bosqichda firmaning ishlab chiqarish quvvati yetarli bo'lmasligi mumkin. Tannarx pasayishi kutiladi, bahoni yuqori darajasi saqlanib qoladi.

Talabni ortishini uzoq davr saqlab turish uchun quyidagi strategiyani amalga oshirishimiz mumkin:

1. Tovarlar sifatini oshirish unga yangi iste'mol xususiyatlari berish.

2. Reklamani sotishni rag'batlantirishga yo'naltirish.

3. Sotishning yangi yo'llarini joriy etish.

4. Xaridorlarni jalb etish maqsadida baxrni kamaytirish.

5. Yangi bozorga chiqishga intilish.

Turg'unlik - bu asta-sekin ushbu tovarga talabni ta'minlanib borishi. Bu davrda talabni ortishi pasayib boradi, sotish hajmi turg'unlashadi. Bu vaqtda reklama xarajatlarini orttirish, tovar sifatini yaxshilash, sotishdan keyingi xizmatlarni orttirish, zarur bo'lsa bahoni pasaytirish maqsadga muvofiqdir.

Foydalilik - bu bosqichda oldingi darajada saqdanib qoladi. Ishlab chiqarish quvvatlarini ortiqchalik holagi sezilib qolishi mumkin.

Bu bosqichni oxirida tovarni tuzilishini takomillashtirish, yangi modifikasiyasini joriy etish yoki modernizaiiya qilish xaqida qaror qabul qilish tavsiya etiladi.

Pasayish bosqichida - tovarga talab keskin pasayadi, oqibatda mahsulot ishlab chiqarish xajmi va foyda kamayadi.

Ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish holati yomonlashadi. Firma raqobagchilar bilan kurashishdan chiqqa boshlaydi, raqiblar soni kamayadi va baho pasayadi. Bosqich oxirlariga kelib ortishi mumkin.

Pasayish bosqichini oxirida tovarning hayotiylik davri tugaydi. Bu tadbirkordan samarali tovar siyosati olib borishni talab etadi. Firmaning tovar siyosati uchta asosiy elementdan tashkil topadi,

1. O'z vaqtild tovarga o'zgartirish kiritish (modifikasiyalash).

2. Bozor uchun yaigi tovar yaratish va uni ishlab chiqarishga joriy etish.

3. Tovar ishlab chiqarishni to'xtatish yoki ishlab chiqarishdan olib tashlash.

Tovarlariga o'zgartirishlar kiritish asosan iste'molchilar holatidan ularning milliy urf-odatlarndan, tashkilotlarini xizmat ko'rsatishini tashkil etish holatidan, ishchi kuchi qiymatidan, soliq tizimi va boshqa holatlardan kelib chiqiladi. Modifikatsiyalash siyosati olib borishdan oldin mahsulot, tadbirkor ishlab chiqarishpi kupaytirish zarurligini va baxo ortishini oldindan ko'ra bilishi zarur. Bu yerda olinadigap samarani modifikasiyalash uchun ketgan qo'shimcha sarfga taqqoslash lozim.

Tajribalar shuni ko'rsatadiki, yuqoridagi holatdan kelib chiqib ikki xil yondashuv maqsadga muvofiq. Past baholi va yomon sifatli, boshqasi yuqori baho va a'lo sifatli. Bu sotish hajmini va foyda miqdorini orttiradi, sotish dorirasini(bozorni) kengaytiradi.

Yangi tovar - bu xaridorlarni butunlay yangi ehtiyojini ta'minlovchi tovardir. Doimiy ravishda turg'un faoliyat ko'rsatib boruvchi firma o'rgacha 7-8 yil orasida yangi tovar ishlab chiqadi. Yangi tovar muomalaga qo'yilgandan so'ng uning sotilishi tahlil etiladi. Iste'molchilar fikrlari o'rganiladi.

Tahlilda e'tiborni tovar gashqi ko'rinishi, o'rash, nste'mol xususiyati, rezyumasi va boshqa ko'rsatkichlarga qaratilishi yaxshi samara beradi. Ko'p holatlarda o'rashga alohida e'tibor beriladi, chunki u tovarni ajralmas qismi hisoblanadi. Funksiyasi bo'yicha o'rash tovarni barcha bosqichlaridagi harakatida himoya vazifasini o'taydi. Estetik nuqtai nazardan ham o'rash alohida o'rin tutadi.

Natijada tovar ko'zga yaqqol tashlanadi, xaridor e'tiborini jalb etadi, firmani bozordagi o'rnini mustahkamlaydi.

O'rash jarayonida barcha imkoniyatlardan to'la foydalanish maqsadida laboratoriya, organaleptik va iste'molchilar sinovi o'tkaziladi:

- Laboratoriya sinovi - tashish, saqlash, sotish jarayonlari o'tkaziladi. Organaleptik baholashda - rangiga, shakliga, xajmiga e'tibor beriladi.

- Iste'molchilar sinovi.

Yuqoridagi sinovlar taxlili tadbirkorlarga bir qator savollarga javob topish imkonini beradi:

1-o'rash. Tovarlar sotilishiga qay jihatdan mos keladi?

2-o'rash. Tovar sotilayetgai joy talablarish mos keladimi (yozuvi, rangi, shakli va hokazo)?

3-o'rash. Buzilishdan o'rash ximoya qiladimi?

4-o'rash. Sotuvchiga yordam beradimi?

5-o'rash. O'rashni reklama maqsadlarda foydalanish mumkiimi?

Tovarlardan foydalanishda iste'molchilarga ko'rsatma ham asosiy rolni o'ynaydi.

Yangi tovarni rejalashtirish jarayonida eskirgan tovarlarni ishlab chiqarish va sotishni asta-sekin qisqartirish grafigi ishlab chiqiladi. Yangi tovarlarni tanlashda qat'iy raqobatbardoshlikni ta'minlash lozim.

Garvard universiteti professori Maykl Porter raqobatbardoshlikni uch afzallik turini ajratib ko'rsatadi.

1. "Nisbatan kam sarf (xarajat)"

2. "Tabaqalashuv"

3. Tadbirkor imkoniyatlaridan kelib chiqib, raqobatbardoshlik strategiyasini belgilash.

Raqobatbardoshlik yuzasidan barcha fikrlarimizni umumlashtirish jarayonida shuni xulosa qilishimiz mumkinki, raqobatbardoshlik imkoniyatlarni nisbatan past darajali va nisbatan yuqori darajali holati bo'lishi mumkin.

Nisbatan past daraja, tadbirkorning o'ta qimmat bo'lmagan manbalardan foydalanishini bildiradi.

- kadr;
- xom ashyo;
- energiya va hokazo;
- nisbatan yuqori darajaga quyidagilarni kiritishimiz mumkin;

- konstruksiyaning originalligi;
- texnologiyaning o'ziga xosligi;
- yuqori malakali mutaxassislar;
- firmaning mavqei yuqoriligi.

Agar firma original mahsulot ishlab chiqarish evaziga raqiblardan o'zib ketsa, yuqoridagi ustunlikni bartaraf etish uchun raqiblar ham shunday mahsulotni yaratishi yoki undan afzalrog'ini izlab topish lozim bo'ladi, zarur hollarda firma sirlarini o'g'irlashlari xam mumkin. Barcha variantlar firma uchun arzon emas va ularni tatbik etish ko'p vaqt talab etadi. Bu esa ma'lum bir davr firmani bozorda alohida holatda turishini bildiradi. Bularning barchasi o'ziga xos texnologiya "nou-xau" va yuqori malakali mutaxassislarga nisbatan adolatlidir.

Asosan yuqori raqobatbardoshlik imkoniyati — firma markasi uchun yaxshi qadamdir. Bunday ustunlik katta mehnatlar evaziga erishiladi, uzoq vaqt va qo'llab quvvatlash uchun ko'p xarajat talab etadi.

7-BOB. SPORTDA BIZNESNI TASHKIL ETISHNING TASHKILIY-HUQUQIY SHAKLLARI

7.1. Kichik biznesni rivojlantirishning huquqiy asoslari va tashkiliy xuquqiy shakllari

O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 53-moddasiga ko'ra, bozor munosabatlariga qaratilgan O'zbekiston iqtisodiyotining negizini har xil shakllaridagi mulk tashkil etadi. Davlat iste'molchilar huquqi ustunligini hisobga olib, barcha mulk shakllarining teng huquqliligi va huquqiy jihatdan teng muhofaza etilishini kafolatlaydi. Mulkdor faqat qonunda nazarda tutilgan xollarda va tartibda mulqdan mahrum etilishi mumkin.

"O'zbekiston Respublikasining tadbirkorlik to'g'risida"gi qonunida tadbirkorlikning iqtisodiy-huquqiy mustaqilligi hamda ushbu mustaqillikni ta'minlash uchun zarur bo'lgan kafolatlar tadbirkorlarning huquq va mas'uliyatini aniq belgilangan. Ushbu qonunda tadbirkorlar o'rtasidagi munosabatlar, ularning boshqa korxonalar va tashkilotlar davlat boshqaruv idoralari bilan munosabatlarini tartibga solishga taalluqli xuquqiy kafolatlari va qoidalari belgilab berilgan.

Qonun mulkchilik va xo'jalik yuritish shakllarini erkin tanlashga, bu shakllarning teng xuquqlilik asosida amal qilishiga, o'zaro hamkorlik va erkin raqobatbardoshlikni ta'minlaydigan sharoitlarni yaratilishiga ko'maklashadi. Bundan tashqari, respublikada mustaqillik yillarida qabul qilingan O'zbekiston Respublikasining "Yer to'g'risida"gi, "Mulk to'g'risida"gi, "Bank va banklar faoliyati to'g'risida"gi, "Korxonalar to'g'risida"gi, "O'zbekiston Respublikasi tashqi iqtisodiy faoliyati to'g'risida"gi, "Kooperasiya to'g'risida"gi, "Ijara to'g'risida"gi, "Monopolistik faoliyatni cheklash to'g'risida"gi, "Tadbirkorlik to'g'risida"gi, "Chet el investisiyalari va chet el investorlari faoliyatlari kafolatlash to'g'risida"gi, "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida"gi, "Xususiy korxona to'g'risida"gi Qonunlari tadbirkorlikni rivojlantirishning huquqiy bazasini tashkil etadi.

"Tadbirkorlik faoliyatini jadal rivojlantirishini ta'minlashga, xususiy mulkni xar tomonlama himoya qilishga va

ishbilarmonlik muhitini sifat jihatdan yaxshilashga doir qo'shimcha chora tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni mug'im o'rin tutadi.

O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat dasturi. Respublikada kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashning maqsadi 1999-yilda "O'zbekiston Respublikasida kichik va xususiy korxonalarni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash Davlat dasturi" qabul qilingan. Bu dasturning muhim bir tomoni shundaki, unda qishloq joylarda kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishga aloxida e'tibor qaratilgan.

Ushbu Davlat dasturi iqtisodiyotni erkinlashtirish tadbirlari to'plamini ko'zda tutadi, mamlakatda kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning asosiy maqsadlarini belgilab beradi.

Dasturning bosh maqsadi:

- Respublika aholisining barcha tabaqalarini bozor sharoitiga ko'niktirish, boqimandachilik, psixologiyasini bartaraf qilish, ularda tadbirkorlik, xususiy biznes bilan faol shug'ullanishga qiziqish uyg'otish;

- tuzilmaviy o'zgarishlar natijasida yuzaga kelayotgan makroiqtisodiy muammolarni xal etish, ayniqsa, qishloq joylardan bandlik masalalarini yechishda aktiv ishtirok etish;

- qishloq joylarda tuzilmani jadallashtirish va halol raqobat uchun qulay sharoitlar yaratish;

- tovar va xizmatlar hajmini orttirish, shu jumladan, bank, auditorlik, konsalting, vositachilik va ilmiy izlanishlar borasidagi xizmat ko'rsatishni rivojlantirish;

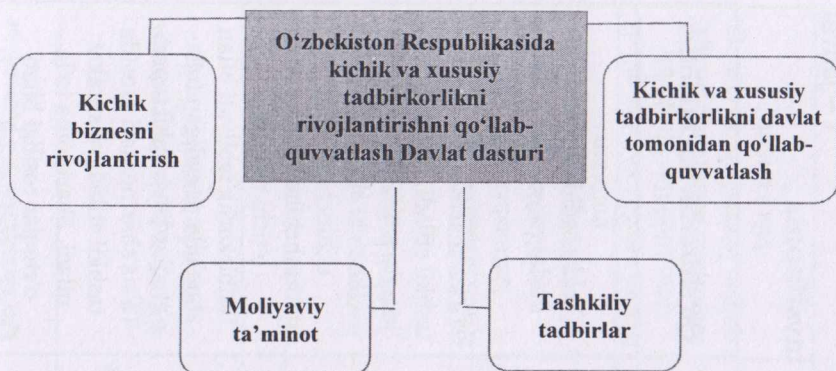
- xo'jalik yuritishning ilg'or shakllarini joriy etish hisobiga ishlab chiqarish samaradorligini oshirish;

- ichki va tashqi bozor talablarini ta'minlashda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari rolini yanada oshirish.

O'zbekiston Respublikasida kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash Davlat dasturi tuzilishi quyidagi chizmada berilgan (7.1-rasm).

Davlat dasturining asosiy vazifalari:

- qishloqda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni ustuvor rivojlantirish;



7.1-rasm.

O'zbekiston Respublikasida kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash Davlat dasturi

- qishloqda bozor infratuzilmalarini tashkil etish va uni yaratish jarayonlarini boshqarish, uni jahon iktisodiyoti talablariga moslashtirish, viloyatlarda ichki va tashqi xo'jalik aloqalarini muvofiqlashtiruvchi va rivojlantirishga da'vat etilgan tadbirkorlik departamentlarini tashkil etish;

- kreditlar, shu jumladan, imtiyozli kreditlar berish asosida ustuvor loyihalarni mablag'lar bilan ta'minlash, axborot-maslahat xizmatlarini, sug'urta tizimi va uning hududiy agentliklarni tashkil etishdan iborat.

Biznes qoidalarini ishlab chiqish, nazorat qilish bilan shug'ullanuvchi davlat muassasalari va undagi mehnat jamoalari tadbirkorlik sub'yektlari bo'la olmaydi. Quyida keltirilgan 1-jadvalda tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllariga tavsifnoma berilgan.

Hozirgi kunda tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllaridan biri sifatida xususiy korxona e'tirof etilmoqda. Yagona jismoniy shaxs ya'ni mulkdor tomonidan tuzilgan va boshqariladigan tijoratchi tashkilot xususiy korxona deb ataladi. Xususiy korxoia tadbirkorlik sub'yektlarining tashkiliy-huquqiy shaklidir.

Tadbirkorlikning tashkiliy – xuquqiy shakllariga tavsifnoma

№	Tashkiliy – xuquqiy shakl	Ta'sischilar	Mulkni tashkil etish manbalari	Majburiyat yuzasidan javobgarlik	Qo'shimcha ma'lumotlar
1	Yakka tadbirkorlik	Respublika fuqarolari	Shaxsiy va davlat tasarrufidan xususiy lashtirish orqali sotib olingan mulk	Barcha tegishli mulk	Yakka tadbirkor sifatida davlat ro'yxatidan o'tish
2	To'la o'rtoqlik	Yakka tadbirkorlar yoki tijorat – vositachilik korxonalari.	Ishtirokchilar jamg'armasi	Qatnashchilarning o'z mulklariga nisbatan hoxishiy javobgarligi	Ta'sis shartnomasi asosida tashkil etiladi. Qatnashchilar jamg'armalari bir shaxsdan ikkinchi shaxsga yoki uchinchi shaxsga qatnashchilar roziligi bilan o'tishi mumkin.
3	Ishonch asosida o'rtoqlik	To'la o'rtoqlar yakka tadbirkorlar va tijorat korxonalari	Qatnashchilar jamg'armalari	To'la o'rtoqlar – barcha o'zining mulk doirasida.	Tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanmaydigan to'la-o'rtoqlardan tashkil topadi. Ta'sis shartnomasi asosida tashkil etiladi va xarakat qiladi. Shartnoma to'la o'rtoqlar roziligi bilan imzolanadi.

№	Tashkiliy – xuquqiy shakl	Ta'sischilar	Mulknı tashkil etish manbalari	Majburiyat yuzasidan javobgarlik	Qo'shimcha ma'lumotlar
4	Mas'uliyati cheklangan jamiyat	Fuqarolar va yuridik shaxslar	Qatnashchilar jamg'armalari	Jamiyat majburiyatlari yuzasidan javob bermaydi. O'z jamg'armalari doirasida javob beradi.	Nizom va ta'sis shartnomasi asosida tashkil etiladi.
5	Qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat	Fuqarolar va yuridik shaxslar	Qatnashchilar jamg'armalari	Qatnashchilarni o'z jamg'armasiga nisbatan birlashgan subsidiyalangan javobgarligi	Nizom va ta'sis shartnomasi asosida tashkil etiladi.
6	Ochiq turdagi hissadorlik jamiyati	Fuqarolar va yuridik shaxslar	Erkin savdo shaklida aksiyalar sotishdan olingan tushum	Barcha aksiya egalari o'z jamg'armasi doirasida javobgar	Nizom asosida xarakat qiladi. Qatnashchilar zarur xolatlarda sheriklar ruxsatisiz erkin sotishlari mumkin
7	Yopiq turdagi aksiyadorlik jamiyati	Fuqarolar va yuridik shaxslar	O'z aksiyalarini ta'sischilar orasida tarqatish evaziga.	Barcha aksiyadorlar jamg'armasi orasida	Nizom asosida xarakat qiladi. Qatnashchilar ulushi bir tomondan ikkinchi tomonga, qolgan ishtirokchilar roziligi bilan o'tadi.

№	Tashkiliy – xuquqiy shakl	Ta'sislar	Mulkni tashkil etish manbalari	Majburiyat yuzasidan javobgarlik	Qo'shimcha ma'lumotlar
8	«Tobe» xo'jalik jamiyati	AO, MUJ va KMJ. Shu jumladan fuqarolar yuridik shaxslar	Qatnashchilar jamg'armasi. Asosiy qatnashchi jamg'armasi 20%dan ortiq bo'lishi kerak.	Barcha qatnashchilar o'z jamg'armalari doirasida.	Nizom va ta'sis shartnomasi asosida xarakat qiladi.
9	Ishlab chiqarish kooperativlari	fuqarolar yuridik shaxslar	Qatnashchilar jamg'armasi	Koperativlar to'g'risidagi qonun va kooperativ nizomida ko'rsatilgan tartib va miqdorda subsidiyalangan javobgarlik. Qatnashchilar	Nizom asosida ish yuritadi.
10	Ijtimoiy va diniy tashkilotlar	Fuqarolar	Qatnashchilar a'zolik badallari.	tashkilot majburiyati yuzasidan javobgar emas. Shu jumladan, tashkilot ham a'zolar majburiyati yuzasidan javobgar xisoblanmaydi.	Tijorat korxonasi hisoblanmaydi. Nizom asosida ish ko'radi.

№	Tashkiliy – xuquqiy shakl	Ta'sischilar	Mulknii tashkil etish manbalari	Majburiyat yuzasidan javobgarlik	Qo'shimcha ma'lumotlar
11	Fondlar	Fuqarolar va jismoniy shaxslar.	Qatnashchilar a'zolik badallari.	Qatnashchilar tashkilot majburiyati yuzasidan javobgar emas. Shu jumladan, tashkilot ham a'zolar majburiyati yuzasidan javobgar xisoblanmaydi	Tijorat korxonasi hisoblanmaydi. izom asosida ish ko'radi.
12	Ittifoq va assosiasiya	Tijora va notijorat tashkilotlar	Qatnashchilar jamg'armasi	Assosiasiya barcha a'zolar majburiyatiga javob bermaydi.	Ittifoq va assosiasiya a'zolari o'z mustaqilligini va yuridik shaxs maqomini saqlab qoladi. Nizom, ta'sis shartnomasiasosida tashkil etiladi va ish yuritadi.

7.2. Kichik biznesni boshqarish usullari va uning tomonidan qo'llab-quvvatlash

Xodimlarni boshqarish tizimi o'z ichiga fakatgina kadrlar tanlashni emas, balki korxonani boshqarish modulini taklashni xam shadi. Boshqaruv sodda, moslanuvchan, samaradorlik va raqobatdoshlikni ta'minlaydigan bo'lishi kerak. Mutaxassislar fikricha, boshqaruv tizimi quyidagacha bo'lishi maqsadga muvofikdir:

- o'ta yirik bo'limlar, malakali mutaxassislar bilan ta'minlangan;
- boshqaruv darajasining kam bosqichliligi;
- tizimni mutaxassislar guruhiga asoslanganligi;
- korxona ish tartabi va grafisini istemolchilarga qaratilganligi.

Garchand ideal boshqaruv shakli mavjud bo'lsada, xar qanday tadbirkorlik faoliyatida o'ziga xos boshqaruv shaklini (modul) tanlash muximdir. Boshqaruv shaklini yaratishda korxonaning ishlab chiqarish xajmi, investisiya, mahsulot turi va u harakat qilayotgan muhitning holati hisobga olinishi kerak.

Boshqaruvni quyidagi tashkiliy shakllari mavjud:

Chiziqli tuzilishi - bu yerda ishlab chiqarish va sotish aniq chegaralangan. Bir bo'lim ishlab chiqarish bilan, ikkinchi bir bo'lim sotish bilan shug'ullanadi.

Chiziqli shtab tuzilishi - bunda xar bir chiziqli rahbarda maxsus ixtisoslashgan shtablar tashkil etiladi. Bu raxbarga yuzaga kelgan muammolarni o'rganish va hal etishda yordam beradi.

Funksional tizim - bu ishlab chiqarishni tez o'sish sur'atlari va murakkab ishlab chiqarish sharoitida qo'llaniladi. Bu yerda qarorlar qabul qilishda xodimlar ajratiladi, javobgarlik esa bo'lim rahbarlari zimmasiga yuklatiladi.

Divizional tizim - mahsulotlar, bozorlar yeki iste'molchilarga xizmat qilayotgan guruxlarga qaratilgan. Har bir markaz deb yuritiluvchi (foyda markazi, sotish markazi, sarmoya markazi) ishlab chiqarishda, sotishda, rejalashtirishda ilmiy

tekshirish va boshqa joylarda bo'limlariga ega. Ma'muriyat tasarrufida faqat firma umumiy faoliyati bilan shug'ullanuvchi bo'limlar qoladi xolos.

Matrisali tizim - bu tizim ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning "xayotiyligi" qisqa muddat bo'lgan korxonalar uchun xos va ular guruhda o'zgarib turadi. Ular qoshida vaqtincha mutaxassislar guruhi shakllantiriladi, ularga funksional bilimlarning zaruriy manbalari va xodimlari biriktiriladi.

Yangilikka intilgan tizim - bu boshqaruvning yangi shakli (sxemasi) hisoblanadi. Bu tizimning mohiyati shundan iboratki, yuqori foydali mahsulot ishlab chiqarish va sotish joriy ishlab chiqarish guruxga biriktirilgan bo'ladi. Yangi turdagi mahsulot ishlab chiqarish, yangi texnologoyani yaratish. Izlanuvchan guruhga biriktiriladi. Izlanuvchan guruh o'z tajriba uchastkasiga ega bo'lib, yangi mahsulotlarni bozorda sinovdan o'tkazadilar.

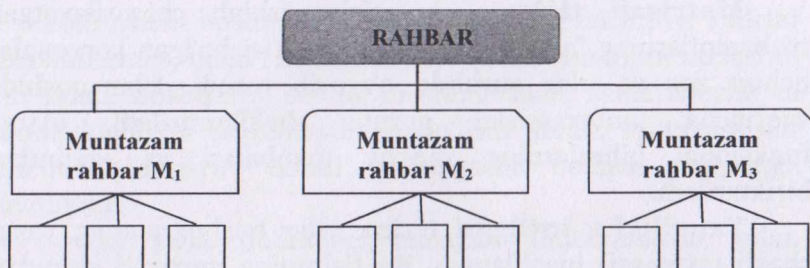
Yirik korxonalar ichida "tavakkalchilik" firmasini shakllantirish ham mumkin. Bularga yangi mahsulotlarni yaratish, ishlab chiqish, sotish bilan bog'liq bo'lgan barcha huquq va imkoiyatlar beriladi. Ishni boshlashdan tortib to tugallangungacha bo'lgan davrga javobgarlik yuklatiladi.

Ko'p tomonlama tizim - bir vaqtning uzida xar xil shakllardan foydalanishdir. Bundan ko'rinib turibdiki, boshqaruv tizimi ko'pdir. Har bir biznes uchun qulay shaklni tanlab olish mumkin. Ammo har qanday shaklda rahbarning bosh vazifasi korxonani zaruriy manbalar bilan ta'minlash, xodimlarni belgilangan maqsadga erishishda ishlarini tartibga solishdir.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda boshqarish idoralari orasidagi munosabatlarning turiga qarab boshqaruv tizimi uchta asosiy turga: muntazam, funksional va aralash tizimlarga bo'linadi.

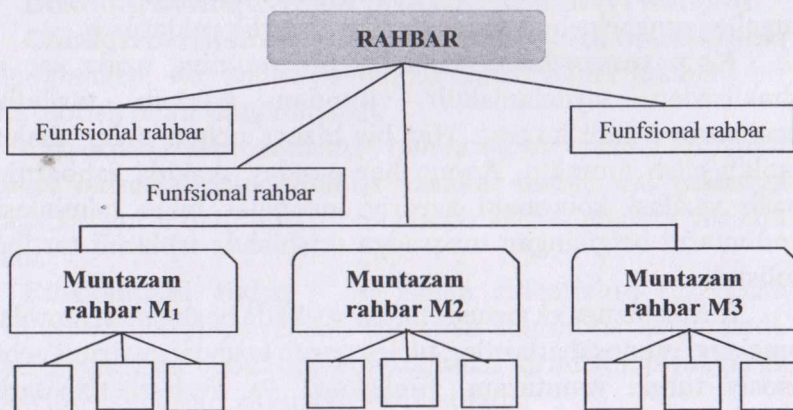
Muntazam boshqaruv tizimi - bu kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni boshqarishning eng sodda tizimi bo'lib, unda har bir rahbar o'ziga ishonib topshirilgan bo'linma

faoliyatini yakkaboshchilik asosida boshqaradi va zaruriy qarorlarni mustaqil ravishda qabul qiladi (7.2-rasm).



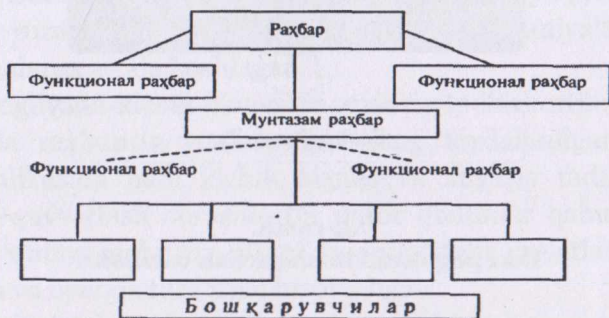
7.2-rasm.
Muntazam boshqaruv tizimi

Funksional boshqaruv tizimi - rahbarlarni va tizim bo'linmalarini har xil vazifalarga va aniq bo'linmalarda boshqaruv faoliyatini ixtisoslashtirishga qaratilgan bo'lib, har bir boshqaruv bo'g'iniga muayyan masalalar biriktirib qo'yiladi (7.3-rasm).



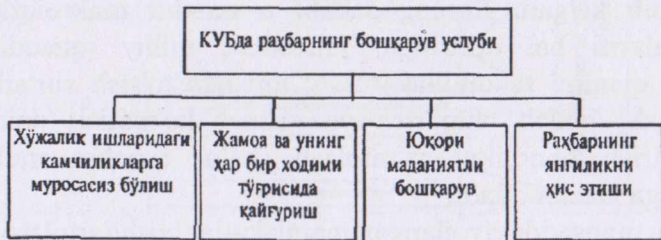
7.3-rasm.
Funksional boshqaruv tizimi

Аралаш усулда бoshqарув тизими мунтазам бoshqарув тuzилиши hisobлaнaди. Boshqарувни мунтазам турida ишлайдиган раҳбарларга malakali yordam ko'rsatish uchun funksional va idoraviy tashkshyutlar tashkil etiladi va bu tashkilotlarning vazifasi boshqарув qarorlarini tayyorlash va раҳбарларга malakali yordam ko'rsatishdan iborat (7.4-rasm).



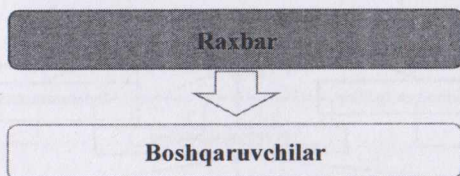
7.4-rasm.
Аралаш усулда бoshqарув тизими

Рaҳбарнинг бoshqарув услуби — бу бoshqарув jarayonida kelib chiqadigan muammolarni hal qilish usullari, yo'llari majmui asosidir. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda rahbarlikning quyidagi boshqарув usullaridan foydalaniladi (7.5-rasm).



7.5-rasm.
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda rahbarning boshqарув uslubi

Kichik biznesni boshqarishni bir necha pog'onalari mavjud. Ularga ikki pog'onali, uch pog'onali va ko'p pog'onalini misol qilib olishimiz mumkin. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni boshqarishni jahon amaliyotida tan olingan va eng samaralisi ikki pog'onali usul hisoblanadi.



7.5-rasm.
Ikki pog'onali boshqariish tuzilishi

Bu usulning samarasi uning oddiyligida, bajaruvchi va raxbar o'rtasidagi munosabatlarni to'g'ridan-to'g'ri bog'langanligidadir. Bu yerda yuqori nazorat samarasiga erishiladi. Pog'onalar ortib borgan sari boshqaruv samarasi kamayib boradi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojanishi iqtisodiyotni davlat tomonidan tartibga solishning muhim ob'ektlaridan biri hisoblanadi. Shuning uchun ko'pchilik mamlakatlarda davlat iqtisodiy siyosatining ajralmas qismi hisoblanib kelgan. Buning sababi u muxim makroiqtisodiy funksiyalarni hal etilishiga, jumladan, milliy iqtisodiyotni tarkibiy qismini takomillashtirish; iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlash; ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish doirasini kengaytirish bandlikni ta'minlash; halol raqobat muhitini yaratishga xizmat qiladi.

Shu maqsadda rivojlangan mamlakatlar boshqaruv tizimida kichik biznes va xususiy talbirkorlikni qo'llab-quvvatlovchi va rivojlanishini ta'minlovchi maxsus qo'mitalar tashkil etilgan. Masalan: AQSH Kongressida 1953 yil biznes bilan shug'ullanuvchi kichik biznes ishlari bo'yicha ma'muriyat

tuzilgan bo'lib, uning hududiy qo'mitalari (30-40 kishidan iborat bo'lgan) har bir shtatda tashkil etilgan. Qo'mitaning bosh maqsadi mamlakatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarini har tomonlama qo'llab-quvvatlash hisoblangan.

Shuningdek, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni huquqiy asoslarini tartibga soluvchi maxsus qonunlar ham qabul qilgan. Buning asosida 1970-1973 yillarda "Maloye prekrasnoye" shiori yuzaga kelgan. Natijada yirik kompaniyalar mayda korxonalarga ajrala boshlagan.

Angliyada kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni tartibga solishda ma'muriy vositalardan keng foydalanilgan. Koreya Rsspublikasida ham kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash borasida bir qator qonunlar qabul qilingan bo'lib, uning mohiyati ularni boqimandalik holatlaridan olib chiqish va oyoqqa turg'izish hisoblangan.

Fransiyada xukumat tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni asosiy yo'nalishlari belgilab berilgan. U quyidagi chizmada aks ettirilgan (7.6-rasmga qarang).



7.6-rasm.

Fransiyada kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish yo'nalishlari

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash ko'lami har bir mamlakat iqtisodiy-ijtimoiy va siyosiy darajasi holatidan kelib chiqadi. Shu asnoda nazariy va amaliy taxlillar negizida quyidagi yo'nalishlarni nazarda tutish tavsiya etiladi:

- davlat byudjeti mablag'lari evaziga qo'llab-quvvatlash;
- har xil fondlar va uyushmalar mablag'lari hisobiga;
- moliya va kredit tizimida turli imtiyoz va proferensiyalar berish orqali;
- axborotlar bilan doimiy ravishda ta'minlab borish va xrkazo.

Bu borada mamlakatimizda ham bir qator ijobiy ishlar amalga oshirildi. Jumladan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishiga bevosita ko'mak beruvchi, uni qo'llab-quvvatlovchi maxsus qo'mitalar va kengashlar:

- O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi islohotlar va investisiyalar bo'yicha idoralararo muvofiklashtiruvchi kengash;

- Oliy Majlisning Byudjet va iqtisodiy islohotlar qo'mitasi;
- O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasi kabi maxsus idoralar tashkil etildi.

O'zbekiston Respublikasi Oliy majlisi huzuridagi tadbirkorlik sub'yektlarini xuquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilish bo'yicha vakillik instituti tashkil topdi.

Mamlakat miqyosida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash hamda rag'batlantirish dasturini ishlab chiqish va amalga oshirish bu idoralarning asosiy vazifasi hisoblanadi.

Mahalliy organlar, hokimliklar hududiy xususiyatlardan kelib chiqqan holda, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish bo'yicha o'z dasturlarini ishlab chiqadilar hamda amalga oshiradilar.

8-BOB. BIZNESNI YO‘LGA QO‘YISH BOSQICHLARI, TEXNIK-IQTISODIY ASOSLASH

8.1. Biznes reja, ishning boshlanishi

Har qanday yangi ish biznes-rejani ishlab chiqilishidan boshlanadi. Bu sizdan bo‘ljak hamkorlaringiz, sarmoyadorlar, bankirlar talab etadigan hujjat. Eng avvalo biznes-reja, boshlanayotgan ish haqida tasavvurga ega bo‘lish uchun, sizning o‘zingizga kerak bo‘ladi. Shuning uchun, uni ishlab chiqishda nafaqat to‘la va ishonarli birlamchi ma’lumotlarga ega bo‘lish, balkim bu ma’lumotni qayta ishlash, tahlil qilish va malakali xulosalar qilish kerak bo‘ladi.

Biznes-reja quyidagi bo‘limlarni o‘z ichiga olishi kerak:

- Rejaning qisqacha bayoni;
- Kompaniya;
- Mahsulot;
- Bozor tahlili;
- Marketing strategiyasi;
- Boshqarish tuzilmasi;
- Ishlab chiqarish;
- Realizasiya qilish dasturi;
- Zaruriy sarmoya;
- Moliyaviy tavsifdagi axborot.

Rejaning qisqacha bayoni nihoyatda muhim holat bo‘lib, sarmoyadorlar, bankirlar tomonidan o‘rganiladigan dastlabki element hisoblanadi. Ular ko‘pincha bayon mazmuniga asoslanib, uni o‘qishni davom ettirish kerakmi, yo‘qmi shuni hal qiladilar. Qisqa (bir necha bet) bayonda rejaning eng muhim joylari belgilanishi va bu reja “o‘ziga xos kuchli” ekanligini ta’kidlovchi asosiy sabablar ko‘rsatilishi kerak.

Firma va uning egalarining tarixi

Bu bo‘limda uchta asosiy savolga javob berish kerak:

1. Sizning firmangizning ish tarixi qanday va u qanchalik muvaffaqiyatli?

2. Korxonadagi joriy holat qanday? (1 va 2- savollar mavjud kompaniyalar uchun)

3. Sizning biznesingizni kim boshqaryapti va boshqaradi?

Kompaniyani tavsiflash quyidagi ma'lumotlarni o'z ichiga olishi kerak:

1. Korxona faoliyatining asosiy yo'nalishi, maqsad va vazifalari, asosiy mahsulotlari, bozorlar, asosiy mijozlar, kompaniyaning bozordagi vaziyati, uning bozordagi ulushi, mavjud jihozlar.

2. Biznes egalari, ularning kasbi, ma'lumoti, mashg'ulotlar doirasi. Sarmoyadorning asosiy savollaridan biri: "men biznesni kim bilan birga qilaman" bo'lishi aniq.

3. Moliyaviy holat va avvalgi faoliyat (odatda, so'ngi 4-5 yil davomida) daromad, foyda, aktivlar va shunga o'xshashlar.

4. Biznesning maqsadi (masalan, rejalashtirilgan sotish hajmi, o'sish sur'atlari, rentabellik, bozordagi urush va hakoza).

Shu bilan bir vaqtda, o'z faoliyatini endi boshlagan tadbirkorga, kompaniya tarixi o'rniga o'zining biznes tarixini bayon etish maqsadga muvofiq: shu ishlay boshlagan va turdosh sohadagi faoliyatda erishgan yutuqlari va tajribasi.

Biznes g'oyasi: mahsulotlar va xizmat ko'rsatishlar.

Bu bo'lim sizning loyihangiz, biznes – g'oyangiz mo'ljallagan asosiy mahsulot va xizmat ko'rsatishlarni tavsiflab beradi. Quyidagi holatlarni ochib ko'rsatish maqsadga muvofiq.

1) Sizning mahsulot yoki xizmat ko'rsatishlaringizga kimda ehtiyoj bor, ular mijozlarning qanday ehtiyoj va talablarini qondiradi, ularining farqli xususiyatlari qanday, sizning mahsulot yoki xizmat ko'rsatishingiz bozor talablariga qay darajada javob beradi, raqobatchilar oldidagi afzalliklari nimadan iborat?

2) Mahsulotlar va ularning tarkibiy tavsifi (sxemaga rioya qilish maqsadga muvofiq: umumiy tavsifi, asosiy xossalari, asosiy tarkibi, ishlab chiqarish usuli);

3) Asosiy xarajat yo'nalishlari bo'yicha mahsulot narxi: mehnat sarflari, subpodryadchiklar, boshqa xarajatlar; agar siz

mahsulot narxi o'zgarishining an'anasini baholay olsangiz, uni biznes rejada tavsiflang; agar siz izlanish va ishlab chiqarish (yaratish) ning boshlang'ich bosqichida bo'lsangiz mahsulot narxi o'lchami mumkin bulgan variantlarini baholang;

4) Mahsulotning raqobatbardoshligi; mavjud yoki kutilayotgan raqobatchi mahsulot ro'yxatini keltiring, ularning sizning mahsulotingizga nisbatan afzallik va kamchiliklarini tavsiflab bering.

Maqsadli bozor va uning tahlili.

Bu bo'limda quyidagilarni tahlil va bayon qilish kerak:

- Bozorning umumiy tavsifi;
- Bozorni qismlash;
- Bozor miqyosi va uning o'zgarish an'anasi;
- Raqobat;
- Xaridorlarning tavsifnomasi va ularning afzalliklari.

Bozor tahlili, qo'yilgan maqsadga erishishni hohlovchi kompaniya uchun real imkoniyatlarni aniqlash imkonini beradi. Qoniqarli bozor tahlili quyidagi savollarga javob berish imkoniyatini yaratadi:

1) Bozordagi talab qanday? Bo'lajak mijozlar qanday extiyoj va xususiyatlarga ega?

2) Bozor miqyosi, uning sig'imi qanday?

3) Ma'lum bir yo'nalishdagi bozorni qanday qismlash mumkin?

• Geografik zonalar, demografik guruhlar, oxirgi iste'molchilarga nisbatan ulgurji xaridorlar

- Har bir qism doirasida o'sish istiqbollari,
- Olinayotgan tovar xizmat ko'rsatishga bo'lgan talablar.

Marketing strategiyasi quyidagi savollarga javob berishni ko'zda tutadi:

- Kimga, qayerda va qanday tovaringizni sotasiz;
- Qaysi narx bo'yicha uni sotmoqchisiz;
- Mahsulotlaringizni bozorda o'tishini qanday rejalashtirayapsiz;
- Bu qanchaga tushadi;

- Qanchalik ko'p sota olasiz.

Boshqarish tuzilmasi – bu bo'lim, faqat korxonada bir necha shtat birligida xodimlar ishlaganda, boshqaruv bosqichlari bir nechta bo'lganida, yoki siz ko'zda tutgan loyiha ma'lum bir tashkiliy tuzilma doirasida bajarilganda, ishlab chiqiladi. Bu bo'limda quyidagi savollarga javob berish kerak bo'ladi:

- Korxonalar loyiha boshqaruvining tashkiliy tuzilmasi qanday?

- Bu tashkil etish va boshqarish sxemasi biznes reja maqsadlariga erishishda qanday natija beradi?

Boshqaruv – muvaffaqiyat kaliti. Odatda sarmoyadorlar a'lo darajada boshqariladigan o'rtamiyona loyihaga sarmoya kiritish o'rtacha boshqariladigan a'lo loyihadan afzal deb hisoblashadi. Sizning maqsadingiz a'lo darajadagi boshqaruv jamoasiga ega ekanligingizni namoyish etish, garchi bu jamoa atigi bir yoki ikki kishidan iborat bo'lsa ham (bu biznes miqyosiga bog'liq).

Bu jamoaning har bir a'zosini quyidagi sxema bo'yicha qisqacha tavsiflab bering:

- 1) Mansabi;
- 2) Mas'ulligi (funktsiyasi);
- 3) Ish tajribasi;
- 4) Ma'lumoti.

Zaruriyat tug'ilganda biznes rejaga ilovada jamoangizning asosiy a'zolariga qisqacha rezyume berib ketishingiz mumkin.

Ishlab chiqarish. Agar siz ishlab chiqarish faoliyatini rejalashtirayotgan bo'lsangiz, biznes rejada quyidagilar aks ettirilishi zarur:

- Ishlab chiqarish tuzilmalari va ishlab chiqarish jarayonini tavsifi;

- Qo'llaniladigan ishlab chiqarish jihozlari;

- Ishlab chiqarish jarayonlarini boshqarish usul va metodlari;

- Material va xom ashyoni yetkazib beruvchilar.

Sizning biznesingiz savdo va xizmat ko'rsatish sohasi bilan aloqador bo'lsa, bu bo'lim quyidagi savollarni o'z ichiga oladi:

- Asosiy faoliyat tuzilmasi;
- Xizmat ko'rsatish turlari va faoliyat ko'rinishlari;
- Zaruriy jihoz;
- Asosiy yetkazib beruvchilar ro'yxati.

Tezkor-operativ reja. Biznes rejaning bu qismida kompaniya maqsadiga erishish uchun zarur, korxona funksiyasiga ajratilgan faoliyat va harakatlar sanab o'tiladi (har bir rejalashtirilayotgan faoliyat vaqti davrini qo'shish kerak, faoliyat boshlanishi va tugallanishi muddati, tashkil etish hamda bajarish ma'sullari ko'rsatiladi).

Zaruriy sarmoya. Biznes rejani ko'rib chiqishdan avval, sarmoyadorlar quyidagi savollarga javoblarni o'rganib chiqishni istaydilar:

- Rivojlantirish rejasini amalga oshirish uchun kerakli sarmoya miqdori qancha va sarmoyadorlardan so'ralayotgan mablag' miqdori qancha? So'ralayotgan sarmoyadan keyingi yillarda foydalanish "grafigi" qanday?

- Sarmoyador va kreditorlardan umumiy moliyalashning qancha qismi so'ralayapti (mablag' miqdori, muddatlar va mumkin bo'lgan kafolat bitimlari).

Moliya. Bu bo'lim – biznes-rejaning o'zak qismi. Uning maqsadi – loyihaning ishchanlik imkoniyati, uning foydaliligi, zaruriy naqd mablaglari va moliyaviy xavfi darajasi haqida to'liq va aniq tasavvurni berish. Odatda, moliya rejasi quyidagilardan iborat bo'ladi:

- Asosiy moliyaviy ko'rsatkichlar;
- Foyda va zararlarining xomaki hisobi;
- Analitik hisoblashlar, masalan, o'zini oqlash muddati va shunga o'xshashlar;
- Asosiy faoliyat byudjeti;
- Asosiy xulosalar.

Bo'limni mutaxassis bo'lmagan tomonidan ishlab chiqilishi qiyin, shuning uchun mutaxassis-biznes maslahatchini uni tuzish uchun jalb etish, garchi siz biznesrejani o'z kuchingiz bilan ishlashga qaror qilgan bo'lsangiz ham, zaruriy holat hisoblanadi.

8.2. Texnik-iqtisodiy asosnoma

Biznesdagi muvaffaqiyat-doimo rejalashtirish natijasi. O'z ishingizni boshlashdan avval, siz turlicha, ko'plab axborotlarni to'plashingiz, reja tuzishingiz, tahlil qilib, biznes samarali va foydali bo'ladimi shuni aniqlashingiz kerak.

Tadbirkorlar aniq va o'ylab o'z faoliyatini rejalashtirmasa, barqaror muvaffaqiyatga erisha olmaydi. Shuning uchun, eng avvalo, o'z faoliyatini endi boshlagan biznesmen texnik-iqtisodiy asosnomani tuzishi kerak. Texnik-iqtisodiy asosnoma-bu foydalanish samaradorligi qo'yilgan sarmoyaning o'zini oqlash muddati, natija va xarajatlarni nisbiy baholashga asoslangan loyihani amalga oshirishning iqtisodiy maqsadga muvofiqligini hisoblash.

Texnik-iqtisodiy asosnomani tuzish uchun siz axborot tanlashingiz, baholash va hisoblashlarni amalga oshirishingiz kerak. Har doim ham bu vazifani mustaqil bajarish mumkin bo'lmaydi, maqsadga ko'zni bog'lagan holda intilgandan ko'ra, o'z kasbining ustasiga murojaat qilgan ma'qul.

Texnik-iqtisodiy asosnomaga kerakli ma'lumotlar uchun sizga quyidagilar yordam berishi mumkin:

- Tadbirkorlik sohasida iqtisoslashgan buxgalter, huquqshunos va maslahatchilar;

- Bu sohada tajribaga ega odamlar;

- O'z ishini boshlashga qaror qilganlarga yordam beruvchi davlat tizimlari;

- Mazkur masala bo'yicha o'qitishga yordam beruvchi nodavlat tashkilotlari;

- Bankka kredit olish uchun murojaat qilgan yosh tadbirkorlarga yordam ko'rsatuvchi banklar;

- Sanoat palatalari, ish beruvchi tashkilotlar, assosiasiyalar.

8.3. O'z ishini tuzish bosqichlari

Birinchi bosqich. Siz va sizning biznes g'oyangiz. Bu bosqichda siz, bo'lajak tadbirkor sifatida, o'z imkoniyatingizni baholaysiz, biznes g'oyangizni tanlaysiz, biznesni hayotingizning har bir qirrasiga ta'sirini ko'rib chiqasiz.

Bu bosqichni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun, avvalgi bo'limlarda ta'kidlangan narsalarni diqqat-e'tibor bilan amalga oshirasiz. Bo'lajak mijozlarning soni, to'lov qobiliyati, odat va qiziqishlari haqidagi kerakli ma'lumotni to'plash va uni sinchkovlik bilan o'rganish muhimligini sizga eslatib o'tamiz.

Bu bosqichda Savdo-sanoat palatasi va uning o'quv markazi tomonidan tashkil etilgan, bo'lajak tadbirkorlar uchun qisqa muddatli kurslarga qatnashish, tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlash informasion konsultativ markazida ishlaydigan maslahatchilar bilan uchrashish ortiqchalik qilmaydi.

Ikkinchi bosqich. Siz tanlagan g'oyaning hayotiyiligini tekshirib ko'ring, bozordagi holatni o'rganing, o'z biznesingizni joylashtirmoqchi bo'lgan joyni tanlang, sotish hajmi bo'yicha bashorat qiling, o'z tovar xizmatlaringizni taklif qilmoqchi bo'lgan baho haqida o'ylang. Sizning bo'lajak mijozlaringiz ular uchun qancha to'lamoqchi ekanligini aniqlang. Biznesingiz uchun mos keladigan nomni o'ylab toping.

Uchinchi bosqich. Sizning biznesingizni ochish uchun zarur bo'lgan mablag' miqdorini aniqlang. Biznes uchun kerakli mablag' va investisiyaning umumiy hisobini bajaring. Bu haqda biz biznesni rejalash bo'limida fikr yuritamiz.

Biroq ro'yxatdan o'tkazish (rasmiylashtirish), lisenziya va ruxsatnomalarni olish uchun kerakli mablag' miqdorini avvaldan hisoblash mumkin. Bo'lishi mumkin bo'lgan moliyalash manbaalari haqida ma'lumot to'plang.

Bu holda sizga "Biznesni moliyalash, manbalar va moliyalashni amalga oshirish imkoniyatlari" bo'limida aks etgan ma'lumotlar yordam beradi.

To'rtinchi bosqich. Huquqiy masalalarni yechish. Biznesni ochish va uni yuritishning huquqiy tomonlari maxsus bilimlarni talab etadi, shuning uchun mos keladigan maslahatchilarni topish maqsadga muvofiq. Zaruriy huquqiy yordam va maslahatlar, biznesni tashkil etish bo'yicha, savdo sanoat palatasining mahalliy bo'limlari, konsalting agentliklaridan olinishi mumkin.

Mazkur bosqichda sizning biznesingizga mos keladigan huquqiy (tashkiliy-huquqiy) shaklni tanlashingiz zarur. Rejalashtirilgan faoliyatingizni amalga oshirish uchun lisenziya va ruxsatnomalarni olish zaruriyati, sug'urta, huquqiy mas'uliyat masalalarini ham aniqlash maqsadga muvofiq.

Beshinchi bosqich. Biznesni davlat ro'yxatidan o'tkazish. Bu bosqichda firmangiz nomini aniqlashingiz va statistika organlaridan o'xshash firma nomi yo'qligi haqidagi ma'lumotni olish kerak. Bo'lajak biznesingizning hamkor ta'sischilari bilan aniqlik kiritib olish, biznesni ochish va uni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun zaruriy hujjatlarni tayyorlash va tasdiqlash kerak. Bu haqda batafsil xususiy biznesni davlat ro'yxatidan o'tkazish bo'limida fikr yuritamiz.

Oltinchi bosqich. Bank tanlash va bank hisobini ochish. Davlat ro'yxatidan o'tgach, sizga berilgan hujjatlar va tasdiqlangan muxr va shtamp namunalari asosida o'zingizga muhr va shtamp tayyorlatib olishingiz kerak. Ularni qayerda tayyorlatish bo'yicha ma'lumotni, siz davlat qaydi haqida hujjatlarni bergan, tadbirkorlik sub'yektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyasidan, olishingiz mumkin.

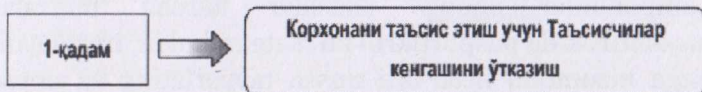
Muhr tayyorlangach, bank tanlanadi va unda o'rnatilgan tartibda barcha moliyaviy operatsiyalarni bajarish uchun hisob raqami ochiladi. Tadbirkorlik sub'yektlariga keng miqyosda moliyaviy yordam ko'rsatish uchun maxsus "Mikrokreditbank" ochilgan va faoliyat ko'rsatib kelmoqda.

Bu bank tomonidan tavsiya etilayotgan shartlar boshqa banklarga qaraganda, ko'p hollarda, qulay hisoblanadi. Shu bilan bir qatorda bank tanlash o'tkazilgan tahlil, tadbirkorlar bilan

suhbat asosida amalga oshiriladi. Bular sizga u yoki bu bankda mavjud bo'lgan qulaylik va cheklanishlar haqida tushuncha bera oladi.

Sanab o'tilgan barcha bosqichlarni muvaffaqiyatli amalga oshirib, bunga to'la huquqqa ega bo'lgan holda, tadbirkor sifatida o'z faoliyatingizni boshlash imkoniyatiga ega bo'lasiz.

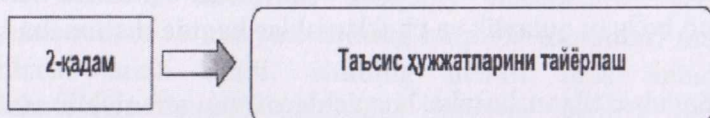
Ўз бизнесини яратиш бўйича амалий қадамлар



Agar siz o'z korxonangizni ochishga qaror qilgan bo'lsangiz, sizdan quyidagi tartibda ish olib borasiz. Bo'lajak ta'sischilar quyidagilarni aniqlashlari kerak:

- Firmaning nomi;
- Kimlar firmaning kompanonlari (ta'sischilari) bo'ladi, jismoniy yoki xuquqiy shaxs?
- Korxonaning tashkiliy-huquqiy shaklini;
- Nizom fondi va hamkorlar ulushining o'lchami;
- Faoliyatning asosiy turi;
- Faoliyatning boshqa turlari;
- Korxonaning rahbarlik organlari;
- Korxonani boshqarishga vakolatli shaxslar;
- Korxonaning joylashishi;
- Korxonaning ko'zda tutilgan faoliyat muddati;
- Korxonaning yopish usuli.

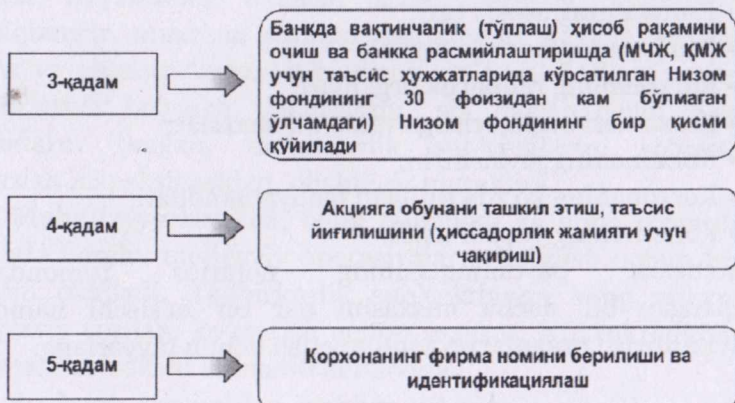
Kengash bayonnomasining notarius tomondan tasdiqlangan bir necha nusxasini har bir ta'sischi hamda rasmiylashtirish organlariga taqdim etish uchun tayyorlang.



Xukukiy shaxslar vakolatini shaxslarning imzolarini muhr bilan tasdiqlaydi, jismoniy shaxslarning imzolari notarius orqali amalga oshiriladi.

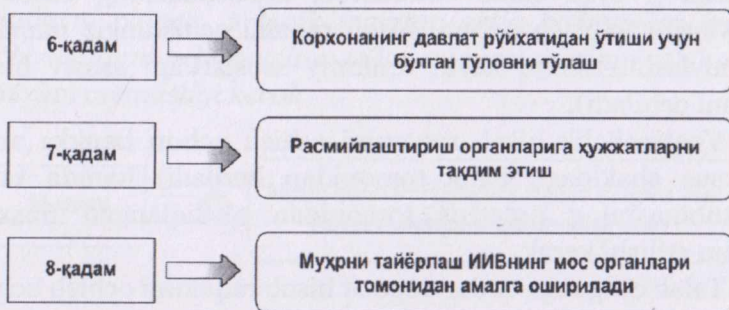
Kompanonlar-jismoniy shaxslar barcha nusxalarni, notarius ishtirokida pasportlarni ko'rsatgan holda, imzolaydilar. O'zingizga nizomdan besh-olti nusxa tayyorlating va notarius tomonidan tasdiqlating. Xuddi shuningdek, Ta'sischilar kengashining firma ta'sis etilganligi haqidagi bayonnomasidan ham tasdiqlangan nusxalar oling. Bu hujjatlar davlat va boshqa tashkilotlar bilan bo'lgan munosabatlaringizda qo'l kelishi mumkin. Har bir hamkor tasdiqlangan ta'sis hujjatlaridan bir nusxadan olsalar maqsadga muvofiq bo'lar edi.

IZOH: Shu daqiqadan boshlab, barcha keyingi harakatlar faqat bir kompanon yoki uchinchi shaxs tomonidan ishonch qog'ozi asosida amalga oshiriladi.



Ма'lumot uchun: Korxonaning firma nomi berilganligi

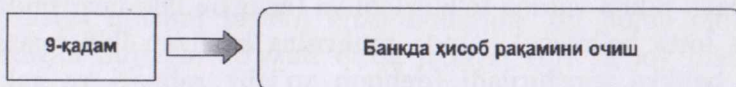
haqidagi guvohnoma olingach, ko'pi bilan 2 oy muddatida hujjatlarni rasmiylashtirish uchun tayyorlashni tugallash va uni rasmiylashtirish organiga topshirish kerak, aks holda guvohnoma o'z kuchini yo'qotadi.



Shu bilan korxonani rasmiylashtirish uchun zarur bo'lgan qadamlar tugaydi. Qonun bilan belgilangan muddat mobaynida korxonani rasmiylashtirish haqidagi qaror qabul qilinadi. Korxonaga ro'yxatdan o'tkazishning tartib raqami beriladi, ta'sischilar ro'yxatdan o'tkazish (rasmiylashtirish) guvohnomasini oladilar.

ИЗОХ: Shu daqiqadan boshlab korxona xukukiy shaxs maqomiga ega bo'ladi va xo'jalik faoliyatini amalga oshirish mumkin.

Расмийлаштиришдан кейин амалга оширилиши керак бўлган мажбурий қадамлар



O'zbekistonda amaldagi bank to'lovlarini amalga oshirish qonunlariga muvofiq siz so'm va valyutadagi (xorijiy hamkorlar bilan hisob-kitob qilishda) talab etilgan depozit bank hisoblariga ega bo'lishingiz mumkin.

Bu holda shuni nazarda tutingki, respublikaning turli banklarida so'm va valyutada bir necha depozit bank hisoblariga ega bo'lishingiz mumkin. Bundan tashqari, zaruriyat tug'lsa, korxona rasmiylashtirilgunga qadar, vaqtinchalik talab etilishi bo'yicha 3 oyga qadar muddatda, ta'sischilarning dastlabki to'lovlarini to'plash uchun, hisob raqami ochishingiz mumkin (rasmiylashtirishdan keyin umumiy asoslardagi asosiy hisob raqami ochiladi).

Vaqtinchalik hisob raqamini ochish uchun bankka ariza (maxsus shakldagi, bank tomonidan beriladi) hamda ta'sis shartnomasining notarius tomonidan tasdiqlangan nusxasi taqdim etilishi kerak.

Talab etilgunga qadar depozit hisob raqamini ochish uchun quyidagilarni amalga oshirishingiz kerak:

- Rahbarlik lavozimlariga shaxslarni hamda bosh buxgalterni tayinlash haqidagi buyruq berish. Bu holda shuni nazarda tutingki, bizning qonunchiligimizga mos ravishda (qarang, masalan O'zbekiston Respublikasining "Buxgalteriya hisobi to'g'risida»gi qonuni) korxonada buxgalteriya xizmatini tashkil qilish shart emas, chunki birinchidan, buxgalteriya hisobini yuritish uchun maxsus mutaxassislar yoki buxgalteriya firmasini shartnoma asosida jalb etish mumkin, ikkinchidan, korxona rahbari o'zi mustaqil buxgalteriya hisobini yuritish mumkin. Biroq, odatda, rahbar va bosh buxgalter lavozimlariga turli jismoniy shaxslar tayinlanadi, bu ularning har biriga o'z funksiyasini samaraliroq bajarish imkonini beradi;

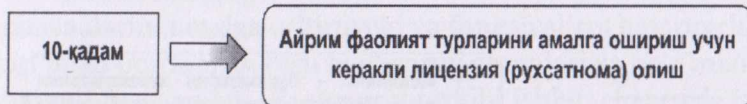
- Rahbar shaxs va bosh buxgalter imzolarining na'munalari qo'yilgan ikkita varaqa to'ldiriladi va (agar bu ikki lavozimdagi shaxs bitta bo'lmasa) hamda muhrning bosilgan ikki nusxasi ham bankka topshiriladi (dehqon xo'jalik rahbari va yakka tadbirkor o'z imzo namunalari taqdim etadilar). Siz varaqani o'zingizning bankingizda olasiz, imzolar notarius tomonidan tasdiqlanadi;

- Bankka hisob raqami ochish uchun (maxsus shakldagi), sizning faoliyat joy manzili va ochilayotgan hisob raqamlari turi

ko'rsatilgan holdagi, ariza taqdim etiladi;

- Bankka davlat ro'yxatidan o'tkazish guvohnomasi nusxasi taqdim etiladi.

Ma'lumot uchun: arizani ko'rib chiqish va bank tomonidan hisob raqamini ochish yuqorida ta'kidlangan hujjatlarni olgach, 2 bank kunidan ortiq bo'lmashligi kerak, hisob raqamini ochish uchun to'lov miqyosi minimal ish haqini 0,5% dan ortmasligi kerak.



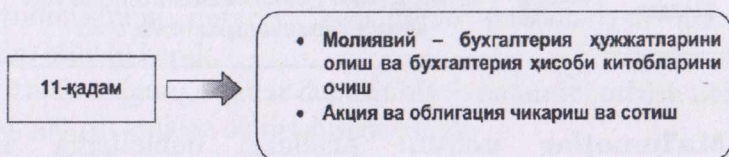
Ma'lumotlar uchun: Amaldagi qonunlarga mos foydalanilayotgan bino joylashgan joyiga qarab, siz murojaat qilishingiz kerak:

- Davlat yong'in xavfsizligi xizmati organlariga – agar sizning faoliyatingiz yog'och materiallari, yengil alanganuvchi, yonuvchi suyuqlik va gazlar ishlab chiqarish, saqlash va realizasiya qilishni ko'zda tutgan, foydalanilayotgan ob'yekt turar-joy binosida joylashgan hollarda. Bu holda sizga faoliyat manzili, joyi va turi ko'rsatilgan ariza taqdim etish yetarli bo'ladi;

- Davlat sanitariya epidemiya nazorati markazlariga – kimyoviy va biologik moddalar, parfyumeriya-kosmetika mahsulotlarini ishlab chiqarish, oziqovqat qo'shimchalari qo'llash, radioaktiv materiallardan foydalanish, radiyasiya texnikalarini qo'llash, oziq-ovqat mahsulotlari va xom ashyosini realizasiya qilishni tashkil etish hollarida. Bu holda taqdim etiladigan hujjatlar ro'yxati qisqa faoliyat turi va joy manzili ko'rsatilgan ariza hamda oziq – ovqat va umumiy ovqatlanish mahsulotlarini ishlab chiqarish va ularni sotish bilan shug'ullanuvchilarning tibbiy ruhsatnomalaridan nusxa.

IZOH: Yoddan chiqarmang, ma'lum bir shartnoma bo'yicha to'lov evaziga u yoki bu masala bo'yicha maslahat

beruvchi, sizni korxonangizni rasmiylashtirishda ta'sis hujjatlaridan tortib, muhr tayyorlashgacha bo'lgan jarayonda tez va sifatli amaliy yordam ko'rsatuvchi maxsus firmalar mavjud (ularning e'lonlarini mahalliy matbuot nashrlaridan topishingiz mumkin). Xuddi shunday yordamni sizga yuqorida ta'kidlanganidek, O'zbekiston Respublikasi tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar palatasining informasion – konsalting markazlari hamda hududiy biznes-inkubatorlar ko'rsatishi mumkin.



IZOH: 1. Sizning xukukiy shaxsingizni davlat ro'yxatidan o'tkazishga ruxsat bermaslik, qonun bilan belgilangan xukukiy shaxsni shakllantirish tartibi buzilgan yoki rasmiylashtirishga taqdim etilgan hujjatlar to'plamining mavjud talablariga (masalan, biron-bir hujjatning yetishmasligi, ta'sis hujjatlarida yetishmovchilik va kamchiliklarining aniqlanishi) mos kelmasligi sababli ro'y berishi mumkin.

2. Davlat ro'yxatidan o'tkazishga ruxsat bermaslik ro'yxatdan o'tkazishga rad etilganligi haqidagi kuzatuv xati bilan taqdim etilgan barcha hujjatlar va ro'yxatdan o'tkazish uchun to'langan to'lovlar qaytariladi. Agar siz ro'yxatdan o'tkazish uchun qaytadan hujjat topshiradigan hollarda ro'yxatdan o'tkazish uchun to'langan to'lov qaytarilmasligi mumkin.

9-BOB. BIZNESNI BOSHQARISH VA MOLIYALASHTIRISH

9.1. Biznesni boshqarish

Korxonani boshqarishning maqsadga muvofiq tarkibini vujudga keltirish tadbirkor hal etishi kerak bo'lgan muhim vazifalardan biridir.

Korxonaning boshqaruv tarkibi deganda, boshqaruv maqsadlarini amalga oshiruvchi va funksiyalirni bajaruvchi, bir-biri bilan bog'langan turli boshqaruv organlari va bo'g'inlarining majmui tushuniladi. Boshqaruv tarkibi ishlab chiqarish tarkibi deb ham yuritiladi. Bunda boshqarishni tashkil etishning dastlabki va belgilovchi omili ishlab chiqarish jarayoni hisoblanadi.

U o'zaro bog'langan asosiy, yordamchi hamda xizmat ko'rsatuvchi jarayonlardan iborat bo'lib, bu jarayonlar bo'limlar va xodimlar o'rtasida mehnat taqsimotini talab qiladi. Shu maqsadda ishlab chiqarish bo'limlari va ularga xos bo'lgan boshqaruv apparati tuziladi. Bo'linmalar yig'indisi, ularning tarkibi va o'zaro aloqa shakllari korxonalarning ishlab chiqarish tarkibini tashkil etadi.

Boshqaruvning maqsadi, funksiyasi, vazifasi, ob'yekti va organlari uning tashkiliy tarkibini belgilab beradi. Tashkiliy tarkiblarni hosil qiladigan boshqaruv organlari boshqaruv bo'g'inlari va boshqaruv bosqichlari shaklida bo'ladi.

Boshqaruv bo'g'ini – bu boshqaruvning ayrim yoki qator funksiyalarini bajaruvchi mustaqil bo'limlardir. Bu bo'limlar o'rtasidagi bog'lanish va aloqalar gorizontal xarakterga ega bo'ladi.

Boshqaruv bosqichi – bu iyerarxiyaning muayyan darajasida amal qiladigan bo'g'indir. Masalan:

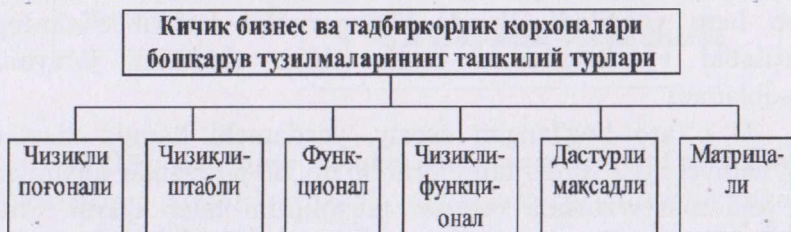
Vazirlik → birlashma → korxona → sex → uchastka
Boshqaruv bosqichlari bir boshqaruv bo'g'inining ikkinchisiga, odatda, quyi bo'g'inning yuqori bo'g'iniga izchillik bilan

bo'ysunishini ko'rsatadi. Bu vertikal bo'yicha bo'linishdir.

Barcha bo'g'in hamda bosqichlarning tarkibi, ularning o'zaro bo'ysunish tartibi, har bir boshqaruv organi va bo'g'inining huquq hamda burchlari, ular o'rtasidagi munosabatlar **boshqaruv tizimini** tashkil qiladi.

Boshqaruv tizimini turli jabhalarga bo'lish mumkin: butun tarmoqni boshqarish; har bir tarmoq tasarrufidagi korxona-larni boshqarish; korxonalar ichidagi bo'limlarni boshqarish va h.k.

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalari boshqaruvi tashkiliy tuzilmalarining quyidagi turlari mavjud (9.1-rasm).



Har bir tarkibda rasmiy va norasmiy aloqalar mavjud. Rasmiy aloqalar, avvalo, vertikal aloqalardir. Ular rahbarlikning va bo'ysunishning turiga ko'ra, bir-biridan farq qiladi.

Agar rahbarlik to'laqonli bo'lib, quyi organ quyi faoliyatga doir barcha masalalarga daxldor bo'lsa, u holda bu xildagi aloqa **chiziqli rasmiy** aloqa deb ataladi.

Agar rahbarlik cheklangan bo'lib, quyi organ faoliyatiga doir masalalarga daxldor bo'lsa, u holda bu xildagi aloqa **funksional rasmiy** aloqa deb ataladi.

Organlar o'rtasida vertikal aloqadan tashqari gorizontal aloqalar ham mavjud bo'lib, ular muvofiqlashtirish, uyg'unlashtirish va hamkorlik qilish tarzidagi aloqalardir.

Boshqaruv tarkibida rasmiy aloqalar asosiy o'rinni egallaydi. Lekin norasmiy aloqalar ham muhim ahamiyatga egadir.

Ba'zan ular tashkilotning ishini yo'lga qo'yishda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Norasmiy aloqalar turli xil bo'lishi mumkin. Bular jumlasiga korxonadagi qarindoshlik aloqalari, unda tarkib topgan umumiy manfaatlar, masalan, kasblar, qiziqishlar, sport bilan shug'ullanish yoki do'stona munosabatlar kiradi.

Norasmiy aloqalarga ham e'tibor berish kerak. Chunki:

- norasmiy aloqalar rasmiy tarkibning barcha bo'g'inlari bilan bog'langan bo'ladi;

- qator munosabatlar ishdan tashqarida paydo bo'ladi va korxonaning barcha ishiga ta'sir ko'rsatadi;

- norasmiy tizim o'zining ko'pgina ko'rsatkichlari bo'yicha korxona faoliyatining samarali tashkil qilinishiga imkon beradi.

Ammo norasmiy aloqalarning salbiy jihatlari ham yo'q emas. Ehtiyotkorlik, sezgirlik yo'q bo'lgan joyda guruhbozlik, mahalliychilik, qarindosh-urug'chilik va shunga o'xshash ko'rinishlar paydo bo'lishi mumkin.

Chiziqli (pog'onali) tuzilma. Chiziqli (pog'onali) tarkib boshqaruv tarkibining eng sodda turi hisoblanadi. Bunda boshqaruvning hamma funksiyalari korxona rahbari qo'lida to'planib, barcha quyi rahbarlar va ishlab chiqarish yacheykalari unga bo'ysunadi. Har bir rahbar o'ziga ishonib topshirilgan bo'linma faoliyatini yakkaboshchilik asosida boshqaradi va zarur qarorlarni mustaqil ravishda qabul qiladi.

Bo'ysunuvchi xodimlar faqat o'zlarining bevosita rahbarlarining farmoyishlarini bajaradilar. Yuqori turuvchi rahbar xodimlarga o'zlarining bevosita boshlig'ini «chetlab» murojaat qilmasligi kerak. Masalan, korxona direktori sex boshlig'ini chetlab masterga buyruq bermasligi kerak. Chiziqli tarkibning o'ziga xos ijobiy va salbiy tomonlari bor.

Chiziqli tarkibning ijobiy tomonlari:

- o'zaro zid, chalkash topshiriqlar berilish hollarini kamaytiradi;

- yakkaboshchilik va shaxsiy javobgarlik mustahkamlanadi;

- bu tarkib oddiy, puxta va tejamlidir;

- bosqichlar soni kam bo'ladi;

- boshqariluvchi ob'yekt ishiga kam kishi aralashadi;
- vazifalar tez hal etiladi;
- butun tizim samarali ishlaydi;
- xodimlar faqat o'z rahbariga hisobot beradilar.

Chiziqli tarkibning salbiy tomonlari:

- bunday tarkib oddiy masalalarni yechishga mo'ljallanganligi sababli uning borasida kompleks masalalarini yechish ancha qiyin kechadi;

- bunday sharoitda rahbarlar ko'proq tezkor ishlar bilan band bo'lib, strategik muammolarni e'tibordan chetda qoldiradilar;

- bunday boshqaruv sharoitida buyruqbozlik va rasmiyatchilikning paydo bo'lish xavfi kuchli bo'ladi, bunga sabab, tarkibning har bir bo'g'inida rahbar o'z lavozimi bo'yicha farmoyish berish huquqiga ega bo'lishidir. Boshqaruvning chiziqli tarkibi uncha murakkab bo'lmagan ishlab chiqarish sharoitida ijrochilarning vazifalari oddiy, buyruq va axborotlar hajmi kam bo'lganda o'zini oqlashi mumkin. Ishlab chiqarish tobora murakkablashib, ish ko'lamining kengayib borishi boshqaruv funksiyalarini tabaqalashtirishni talab qiladi, chiziqli tarkibning o'rniga chiziqli-shtabli tarkibning vujudga kelishini taqozo etadi.

Chiziqli-shtabli tuzilma. Chiziqli-shtabli tuzilma har bir chiziqli rahbar qoshida ixtisoslashgan xizmatchilar, maslahatchilar kengashi, ya'ni shtablar tuzish yo'li bilan tashkil etiladi. Shtablarning vazifasi har xil muammolarni o'rganish orqali rahbarlarga qaror qabul qilishda yordam berishdan iborat. Bunday shtablarga ehtiyojning paydo bo'lishiga sabab korxonalarda funksiyalarning murakkabligidir.

Chiziqli rahbarlar korxonaning bosh maqsadiga erishish yo'lidagi birlamchi vazifalarning bajarilishiga mas'ul bo'lsalar, shtabdagilar esa birlamchi vazifalarga tobe bo'lgan ikkilamchi vazifalarning bajarilishiga javobgardirlar. Ular maslaxat berish funksiyasini bajaradilar. Chiziqli rahbarlarning asosiy vazifasi taklif etilgan ijobiy va salbiy maslahatlar ichidan maqsadga

muvofiglarini aniqlash va uni qabul qilishdan iboratdir.

Bu tarkibning afzalligi shundan iboratki, chiziqli rahbarlar o'z diqqatlarini ilmiy-tadqiqot ishlariga emas, balki, asosan, korxonaning joriy faoliyatiga qaratadilar. Kamchiligi – boshqaruv tizimida ortiqcha bo'g'inlarning paydo bo'lishiga, natijada boshqaruv tezkorligining susayishiga, boshqaruv xarajatlarining o'sishiga olib kelishidir.

Funksional tuzilma. Funksional tuzilma tarkibi rahbarlar va tarkib bo'g'inlarining boshqaruv faoliyatini ixtisoslashtirishga qaratilgandir. Bunda har bir boshqaruv bo'g'iniga muayyan funksiyalar birlashtirib quyiladi.

Boshqaruv apparatini funksional ixtisoslashtirish samaradorligini ancha oshiradi. Boshqaruvning hamma funksiyalarini bajarishi lozim bo'lgan universal rahbarlar o'rniga o'z sohasini puxta biladigan, o'z shtatiga ega bo'lgan, o'ziga topshirilgan ish uchastkasi uchun javob beradigan mutaxassislar apparati paydo bo'ladi.

Funksional bo'linmalar bevosita barcha quyi tarkib bo'linmalarining faoliyatini boshqaradi. Funksional boshqarish u yoki bu funksiya vakolatiga taaluqli tor doiradagi masalalar bo'yicha quyi bosqichning organlari va bo'linmalari faoliyatiga rahbarlikni ta'minlaydi. Masalan, korxonaning reja bo'limi sexlarning reja byurolariga rahbarlik qiladi. Bunda ham funksional bo'limlar rahbarlarining vertikal bo'yicha iyerarxiyasi va bo'ysunishi mavjud.

Ammo, chiziqli tarkibdan farqli o'laroq, bunday bo'ysunish ma'muriy emas, balki sof uslubiy maslahatli bo'ysunishdir. Masalan, korxona reja bo'limining boshlig'i sex reja byurosi boshlig'iga, xatto aynan shu vazifaga doir masala bo'yicha ham buyruq berish huquqiga ega emas.

Biror ma'muriy buyruqni korxona direktori sex boshlig'iga berishi mumkin, sex boshlig'i esa sex reja byurosi boshlig'iga shunday buyruq bera oladi. Funksional tarkib ham o'zining ijobiy va salbiy tomonlariga ega.

Funksional tarkibning ijobiy tomonlari:

- bu tarkibda boshqaruv faoliyati chuqur ixtisoslashadi. Bu esa boshqaruv samaradorligining kasb mahorati darajasining o'sishini ta'minlaydi. Masalan, marketing bo'yicha mutaxassis shu sohani boshqa yuqori organlar rahbarlaridan yaxshi biladi va bu ishni yuqori saviyada bajaradi;

- funksional sohada muvofiqlashtirish ishini yaxshilashga erishiladi. Xodimlar bunga tez ko'nikma hosil qiladilar;

- moddiy xarajatlarni kamaytiradi, boshqarishdagi takrorlanishlarga chek qo'yadi va hokazo. Funksional tarkibning salbiy tomonlari: funksional organlar o'ziga topshirilgan vazifalarni sifatli bajarishdan manfaatdor bo'lib, «begona» vazifalar uchun ham, butun korxonaning umumiy faoliyati uchun ham javob bermaydi.

Bunda har bir rahbar o'z vazifasi bo'yicha farmoyish berish uchun barcha huquqlarga ega. Binobarin, bu narsa yakkaboshchilik tamoyillarining buzilishiga, ijrochilarning mas'uliyati kamayib, intizomning bo'shashiga olib keladi. Chunki har bir ijrochi bir boshliqqa emas, ayni vaqtda, bir necha boshliqqa bo'ysunadi, ko'pincha ulardan bir-biriga zid ko'rsatmalar oladi.

Chiziqli-funksional tarkibda asosiy boshqaruv – chiziqli boshqaruv bo'lib hisoblanadi. Hamma boshqaruv bosqichlarida va uchastkalarni mustaqil boshqarishda chiziqli rahbarlar tayinlanadi. Ularga ishlab chiqarish xo'jalik faoliyatini yakkaboshchilik tamoyillariga ko'ra boshqarish huquqi berilgan bo'lib, ular olingan natijalarga to'liq javob beradilar.

Boshqaruvnig chiziqli-funksional tarkib sharoitida ishlaydigan rahbarlarga malakali yordam ko'rsatish uchun funksional va idoraviy tashkilotlar tashkil etiladi. Bu tashkilotlarning vazifasi boshqaruv qarorlarini tayyorlash hamda rahbarlarga malakali yordam berishdan iborat bo'ladi.

Mazkur tarkibning kamchiliklari:

- chiziqli va funksional xodimlar o'rtasida kelishmovchiliklar paydo bo'ladi;

- tadbirkorga funksional xodimlar faoliyatini muvofiqlashtirish qiyinroq kechadi.

Dasturli-maqсадli tuzilma. Hozirgi zamon korxonalari faoliyatidagi ko'pgina muammolarni hal etish gorizonttal bo'yicha kelishib olish va muvofiqlashtirishni talab etadi.

Masalan, korxona yangi xil mahsulot ishlab chiqarishga ko'chadigan bo'lsa:

- materiallarini sarflashning yangi me'yorini ishlab chiqish;
- mehnat me'yorlarini qayta ko'rib chiqish;
- turli kasbdagi ishchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash;
- yangi materiallarga ehtiyojni aniqlash;
- yetkazib beruvchilar bilan aloqa o'rnatish;
- yangi texnologiyalarni joriy etish va hokazolar talab

qilinadi.

Yuqoridagi vazifalarini turli xizmat bo'linmalari bajaradi, ular bajaradigan ishlarning mazmuni va muddatlarini kelishib olishi, ishlab chiqarishning ko'pgina elementlarini tutashtirishi lozim. Goho funksional xizmatlar o'rtasidagi aloqalarda buzilish vujudga keladi, xizmatlar esa bahs va munozaralar bilan amalga oshiriladi. Chiziqli-tarkib rahbari esa ko'p sonli bo'linmalar ishini muvofiqlashtirishga juda qiynaladi.

Bu muomalalarini yangi tashkiliy boshqaruv tarkiblarini tuzish yo'li bilan, aniqrogi, chiziqli-funksional boshqaruv tarkiblariga tuzatishlar kiritish yo'li bilan hal etiladi. Bunday tarkib dasturli-maqсадli tarkib deb ataladi. Boshqaruvning dasturli-maqсадli tarkibi quyidagi ikki ko'rinishda bo'ladi: loyiha bo'yicha va mahsulotga ko'ra boshqaruv.

Loyiha bo'yicha boshqaruv qisqa muddatda yangi texnika va texnologiyani joriy qilish zaruriyatida tug'ilgan hollarda qo'llaniladi. Bunda vaqtinchalik mahsus xizmat bo'limi tuzilib, unga resurslar beriladi. Bu bo'lim loyiha tuzadi va uning joriy etilishini nazorat qiladi.

Loyiha bo'yicha boshqaruv muntazam rahbarlikni aniqlashtiradi, kichik bo'laklarga ajratadi yoki to'ldiradi. U loyihani bajarish uchun korxonaning barcha funksional

xizmatlari va bo'linmalari faoliyatini muvofiqlashtiruvchi organ hisoblanadi. Bu organga tegishli huquqlar beriladi. U vazifalarning bajarilishi uchun to'la javobgar bo'ladi. Bunday boshqaruv ko'p nomenklaturali ishlab chiqarishda qo'llaniladi.

Loyiha rahbari mahsus vakolatga ega bo'lib, texnologik ishlarni zvenolar bilan ishchilar o'rtasida taqsimlaydi, uning bajarilishini o'z loyihasi doirasida nazorat qilib boradi. Chiziqli rahbarning shu ishlarga oid buyruqlari loyiha rahbari bilan kelishiladi. Bunda bajaruvchi kishi ikki va undan ortiq rahbarga ega bo'lib, ularga bo'ysunadi.

Mahsulotga ko'ra boshqaruv tarkibining afzalligi axborotlarning kelish yo'llari va oqimining qisqarishida, yakkaboshchilik tamoyiliga to'la rioya qilinishida, boshqaruvning yuqori bosqichlarini mayda joriy vazifalardan halos qilishda namoyon bo'ladi. Bunday tarkib bozorda talabning o'zgarishiga tezkor munosabat bildirishga qodirdir.

Matrisali tuzilma. Matrisali tarkib bo'yicha boshqaruv ancha murakkab bo'lib, u mahsuloti nisbatan qisqa «umr» ko'radigan va tez-tez o'zgarib turadigan korxonalar tomonidan qo'llaniladi. Bu tarkib korxonada gorizontal aloqalarini yo'lga qo'yishga va ularni zamonaviy kompyuterlar yordamida murakkab buyurtmalarini bajaruvchi turli xil korxonalar faoliyati bilan bog'lashga, texnika sohasida yuqori malakali xizmat ko'rsatishga va ekspertizani ta'minlashga qaratilgan. Ushbu tarkibni «tur» ko'rinishida tasavvur etish mumkin. U ikki turdagi tarkibning kombinatsiyasini ifodalaydi.

Boshqaruvning matrisali tarkibining mohiyati shundaki, unda har bir xodim, ayni bir vaqtning o'zida, loyiha bo'yicha boshqarishda, shuningdek, o'zining funksional organida xizmatda bo'ladi hamda ikki yoqlama bo'ysunadi.

Bu tarkibning o'ziga yarasha afzalliklari bor. Bular quyidagilardir:

- boshqaruv jarayonidagi (gorizontal) aloqalarning uzunligini keskin qisqartiradi va tartibga soladi;
- qarorlar qabul qilishni tezlashtiradi va ularning mazmuni

hamda natijalari uchun mas'uliyatni oshiradi;

- korxonaning ichki va tashki sharoitlariga ta'sir yetuvchi omillarning o'zgarishiga tezda ko'nikma hosil qiladi va shunga muvofiq ravishda amal qiladi;

- chiziqli bo'ysunish vositasida bo'lim ichida byurokreatiyaga bo'lgan moyillikni bir qadar so'ndiradi va hokazo.

Shu bilan bir qatorda, matrisali tarkibning ham ayrim kamchiliklari bor. Bular tarkibning murakkabligi va boshqaruv organlarining real vakolatiga ega emasligidir.

Boshqaruvning tashkiliy tarkiblari to'g'risida yakuniy xulosalarga kelar ekanmiz, boshqaruvning qarab chiqilgan tashkiliy tarkiblaridan birortasini ham rasmiy tarkib deb bo'lmaydi. Shu bois har bir korxona (firma) o'z oldidagi maqsad va iqtisodiy muhitining o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib, uning talablarini yuqori darajada qondiradigan tashkiliy tarkib turini tanlashi kerak.

9.2. Biznesni moliyalashtirish

Biznesni moliyalash va moliya manbalariga yo'l topish-o'z faoliyatini endi boshlagan tadbirkorlar uchun ham, hozirda faoliyatini olib borayotgan tadbirkorlar uchun ham muhim ahamiyat kasb etadigan masala hisoblanadi. Moliyaviy mablag'larning yetishmasligi va yo'qligi, ko'pincha inqirozga olib keladi.

Shuning uchun moliyaviy manbalariga yo'l topish kichik biznes va xususiy tadbirkorlik uchun rivojlanishning muhim shartlaridan biri hisoblanadi. O'z biznesingizni ochishingiz uchun boshlang'ich sarmoya (dastlabki sarmoya) deb ataluvchi mablag' kerak bo'ladi. U investisiya va aylanma kapital uchun kerak bo'ladi. Sizga qancha dastlabki sarmoya kerakligini va uni qayerdan olishni bilishingiz kerak.

Investisiya. Investisiya sizning biznesingiz uchun muhim va qimmatli hamda uzoq vaqt foydalaniladigan narsani sotib olish uchun kerak.

Gohida biznesni ochish uchun investisiya kerak emas. Yaxshisi kichik investisiyalardan foydalangan ma'qul, chunki bu holda tavakkalchilik kamayadi. Investisiya minimumini hisoblash chiqish zarur. Uni ikkiga ajratish mumkin: bino va jihoz.

Bino bu kichkina xona yoki butunlay bino bo'lishi mumkin. Siz o'zingizning texnik-iqtisodiy asosnomangizda biznesingiz qayerda joylashishini ko'rsatgansiz. Keling, endi sizning korxonangiz uchun qancha maydon kerakligini va sizning ishingiz gullab-yashnashi uchun qanday joylashish ma'qul hisoblanadi? Siz o'zingizning texnik-iqtisodiy asosnomangizga, zarur bo'lganda, o'zgartirishlar kiritishingiz mumkin.

Siz o'zingizni tanlovingizning aniqlab olgach o'ylab ko'ring, siz nimani tanlaysiz:

- Binoni ijaraga olishni;
- Binoni sotib olishni;
- Binoni qurishni;
- Sizga bino kerak emas.

Ijara - eng arzon usul bo'lib, zarur bo'lganda uning joylashish o'rnini almashtirish imkonini beradi. O'zining binosiga ega bo'lishga qaraganda bu ancha ishonarsiz. Siz doim binoni rekonstruksiya qilishingizga to'g'ri kelishi mumkin yoki sizdan binoni bo'shatib qo'yishni so'rashlari mumkin.

Binoni sotib olish-tez va sodda, shuningdek, agar siz kerakli binoni, zarur bo'lgan joydan topa olsangiz. Biroq o'z binoingizga ega bo'lish ancha mablag' talab etiladi.

Binoni qurish-sizning biznesingiz binoni o'zi va uning joylashishiga nisbatan maxsus talablar qo'ysa, bu juda qulay variant. Biroq bu sezilarli darajadagi mablag' va qurilish uchun oylar (hattoki yillar) talab etilishi mumkin.

Eng arzon usul – ishni o'z uyingizdan turib boshqarish. Sizning biznesingiz foyda keltirmay turgan davrida binosiz ishlasa ham bo'ladi. Biroq bu holda biznesni oiladan ajratishda muammolar tug'ilishi mumkin. Jihozlar masalasiga kelsak (asboblari, ofis mebeli, transport vositalari va hakazo), ular eng avvalo, ishlab chiqaruvchilarga va kim xizmat ko'rsatish sohasida

ishlayotganlar uchun kerak. Gohida jihozlarni sotib olish uchun katta mablag'larni sarf qilishga to'g'ri keladi, shuning uchun siz bilishingiz kerak bo'ladi: qaysi jihozdan, qancha kerak? Buni albatta sizning texnik – iqtisodiy asosnomangizga kiritishingiz kerak.

Aylanma sarmoya va uning tashkil etuvchilar

Siz o'z biznesingizdan foyda ola boshlashingizdan avval, siz tovar ishlab chiqarishingiz yoki qandaydir xizmatni ko'rsatishingiz uchun jihoz va materiallarni sotib olishingiz kerak bo'ladi. Xuddi shuningdek, shu davr uchun xodimlaringizga ish haqi, agar binoni ijaraga olgan bo'lsangiz unga ijara haqi to'lashingiz kerak. Ya'ni har qanday biznes-avvalo mablag' kiritish, so'ngra foyda olish demak.

Siz kiritgan mablag' aylanma kapital (sarmoya) deyiladi. Aylanma sarmoya dastlabki kapital (sarmoya) tarkibiga kiritiladi. Dastlabki sarmoya miqdorini aniqlagach, siz qancha muddatdan keyin foyda olishingiz mumkin va bu davr uchun qancha aylanma sarmoya kiritish talab etilishini hisoblab chiqishingiz kerak. Sizning hisoblaringizning ko'rsatkichlaridan ko'ra biroz ko'proq sarmoyaga ega bo'lish kerak. Bunga sabab ish jarayonida ko'zda tutilmagan xarajatlar va turli ushlanib qolishlar ro'y beradi.

Aylanma sarmoya quyidagilardan tashkil topadi:

- Xom ashyo yoki tayyor mahsulot sotib olish;
- Ijara to'lovi;
- Ish haqi;
- Tovarlarning sotilishi;
- Sug'urta;
- Boshqa xarajatlar.

Demak shunday qilib, siz o'zingizning dastlabki sarmoyangizni hisoblab chiqdingiz. O'zingizning sarmoyangizni manbalarini bilmay turib o'z ishingizni boshlay olmaysiz.

Dastlabki sarmoyaning bir necha manbalari mavjud:

- Xususiy sarmoya;
- Qarzga olingan mablag'-kredit yoki lizing;
- Hamkorlardan to'g'ridan-to'g'ri investisiyalar;

- Grantlar.

Xususiy sarmoya

Siz mustaqil kiritmoqchi bo'lgan, biznesni boshlash uchun kerakli bo'lgan pul mablag'lari-xususiy sarmoya deyiladi.

Xususiy sarmoya tavakkalchilik ishi bo'lib, o'z mablag'ingiz bilan tavakkal qilasiz va muvaffaqiyatsizlik ro'y bersa ularni yo'qotasiz. Biroq ikkinchi tomondan, siz o'z mablag'laringizni biznesga kiritmoqchi ekansiz, bu siz biznesingiz konsepsiyasiga ishonasiz degani. Bundan tashqari ayrim kreditorlar, biznes egasining o'zi bir qism mablag' kiritishi kerakligini talab qiladilar. Bu korxonaning mutloq muvaffaqiyatini bildiradi. Shuningdek, ayrim biznes shakllari, uning egalari tomonidan mablag'larning bir qismini kiritishni talab etadi. Masalan, MCHJni tuzishda, mablag'larning bir qismini o'zingiz kiritishingiz shart.

Qarzga olingan mablag'lar

Kreditlar

Agar siz dastlabki sarmoyani kreditga olmoqchi bo'lsangiz, bu sizga olingan kreditning o'zini va belgilangan foiz stavkasini to'lashingiz kerakligini bildiradi. Kreditni to'lash bo'laklab yoki birdaniga amalga oshirilishi mumkin.

Moliyaviy mablag'larni kreditga olish o'z mablag'ini ishlatishga qaraganda biroz og'irlik qiladi, chunki kredit hisobidan foizlar to'lashga to'g'ri keladi. Bundan tashqari, kreditning bir qismini ham belgilangan muddatlarda qaytarish kerak bo'ladi. Bu yangi korxona uchun murakkablik tug'diradi, shuning uchun o'z ishini tashkil qilishda, imkoni boricha, kamroq qarz olish kerak.

O'zbekistonda qarzga moliyaviy mablag'lar olish manbalari

- Tijorat banklari;
- Kredit uyushmalari;
- Byudjetdan tashqari fondlar.

Asosiylari-Bandlikni qo'llab – quvvatlash fondi hamda Dehqon va fermerlik xo'jaligini qo'llab-quvvatlash fondi.

O'zbekistonda kichik biznesni moliyalash dastlabki sarmoyani shakllantirish uchun mikro kredit va kreditlar vositasida amalga oshirilishi mumkin. Kichik biznesni kreditlash katta xavf tug'dirganligi sababli, banklar kreditlarni yuqori hisobiga beradilar va ushbu moliyalash manbaini noqulay qilib qo'yimoqda.

Byudjetdan tashqari fondlar, tijorat banklarida ochiladigan, kredit yo'nalishlari bo'ylab mablag' ajratadilar. Mos ravishda, byudjetdan tashqari fondning kredit yo'nalishi – byudjetdan tashqari fond tijorat bankiga ajratadigan va bank o'z navbatida kichik biznes sub'yektlarini faqat maqsadli asosida kreditlaydigan mablag'lar.

Kredit uyushmalari – o'z a'zolariga kredit – moliyaviy xizmatlarni ko'rsatuvchi tashkilot. Kreditlashning bunday shakldagi amaliyoti so'nggi yillarda "Kredit uyushmalari to'g'risida»gi qonunga mos ravishda rivojlantirilmoqda.

Bunday kreditlash qarz summasi qaytarish muddati va mablag'larni ajratish shakli bo'yicha bank kreditlashiga nisbatan qulay va samarali. Kredit uyushmasidan kredit olish uchun tadbirkor bu uyushmaga a'zo bo'lishi, qarz oluvchi sifatida va qarzni to'lash bo'yicha yaxshi obro'ga ega bo'lishi kerak. Tijorat banklari orqali kredit olish tadbirkorlik faoliyatida tez uchrab turadi. Ko'plab banklarda kredit bo'limlar mavjud va ular kichik biznes ishining o'ziga xos sharoitlari bilan yaxshi tanish. Ular juda qattiq talablarni qo'yadilar, shuning uchun banklardan kredit olish qiyin. Bu talablarning asosiylari quyidagilar hisoblanadi:

Biznes konsepsiyasi texnik – iqtisodiy asosnomada aks etishi kerak va unga bank ishonishi kerak. Ba'zan bank o'zlarining texnik – iqtisodiy asosnoma shaklini to'ldirishni talab etadi. Foiz stavkasi va kreditning o'zi foydadan qoplanadi, uning hisobi va asoslanishi texnik – iqtisodiy asosnomada aniq keltirilgan bo'lishi kerak va kreditorlarni sizga kredit berishga ishontirib, ko'ndirishi kerak.

Bank kreditni ta'minlashni talab etadi va bu bilan o'zini xavfdan holi qiladi.

Kreditni taxminlash quyidagilar yordamida amalga oshiriladi:

- banklarning kafolati;
- mulkni garovga qo'yish;
- kreditni qaytarilmaslik xavfidan sug'urtalashning sug'urta polisi;
- uchta shaxs kafolati.

Siz kreditni boshqa manbalardan ham topishingiz mumkin, masalan, do'stlaringiz yoki oila a'zolaringizdan.

Lizing

Biznesingiz uchun jihozni lizing shartlariga ko'ra olishingiz mumkin. Siz uchun jihoz sotib olib, uni ijaraga beruvchi lizing kompaniyalari mavjud. Bu holda lizing kompaniyasi lizing beruvchi, siz lizing oluvchi, jihoz – lizing ob'yekti. Bu holda sizga jihoz lizingining dastlabki davriga aylanma sarmoya va lizing to'lovlarini to'lash uchun faqat dastlabki sarmoya kerak bo'ladi.

Agar siz lizing asosida jihoz olmoqchi bo'lsangiz, jihoz bahosini o'zingizning dastlabki sarmoyangiz hisobidan chiqarib yuborishingiz hamda texnik – iqtisodiy asosnomangizga o'zgartirishlar kiritishingiz zarur. To'g'ridan-to'g'ri investisiyalar Dastlabki sarmoya sifatida to'g'ridan-to'g'ri investisiyalarni qo'llashingiz mumkin. Bu mablag'ni sizning hamkorlaringiz (jismoniy yoki xukukiy shaxslar) biznesingizga pay to'lovi sifatida kiritadi. Bu holda siz o'z foydangizni hamkorlaringiz bilan bo'lishasiz. Shuningdek, hamkorlar biznesni boshqarishda ham qatnashish huquqiga ega.

Grantlar

Ayrim mamlakatlarda boshlovchi tadbirkorlarga grantlar beriladi. Bu pul mablag'lari xususiy shaxslarga konkret bir ishni bajarishi uchun beg'araz beriladi. Shunday tashkilotlar borki, ular ham kreditlash va ham grantlash dasturi bo'yicha ish olib boradilar.

O'zbekistonda tadbirkorlik sektorini moliyalash manbalari bo'lib quyidagilar xizmat qiladi:

- tijorat banklarining kredit resurslari (zahiralari);
- byudjetdan tashqari fondlar, bularga Bandlikni qo'llab –

quvvatlash fondi va Dehqon va fermer xo'jaliklarini qo'llab-quvvatlash fondi kiradi;

- kredit uyushmalari;
- mikrokredit tashkilotlari.

O'zbekiston Respublikasida mavjud kreditlash shakllarini ko'rib chiqamiz:

Mikrokreditlash bank tomonidan beriladigan kreditning bir shakli bo'lib, uning miqdori quyidagi milliy valyutadagi miqdordan ortmasligi kerak:

- o'z faoliyatlarini xukukiy shaxs shakllantirmay amalga oshiruvchi yakka tadbirkorlar va dehqon xo'jaliklari uchun 5000 AQSH dollariga ekvivalent;

- o'z faoliyatlarini xukukiy shaxs shakllantirib amalga oshiruvchi dehqon va fermer xo'jaliklari, mikrofermerlar, kichik korxonalar 10000 AQSH dollariga ekvivalent.

Dastlabki sarmoyani shakllantirishga kreditlar – nisbatan keyinchalik paydo bo'lgan kreditlash shakli. U mikrofermerlar va dehqon xo'jaliklari (xukukiy shaxs statusidagi) uchun 150 minimal ish haqi hamda kichik korxona va fermer xo'jaliklari uchun 300 minimal ish haqigacha miqdoridagi mikrokredit taqdim etishni ko'zda tutadi.

Byudjetdan tashqari fondning kredit yo'nalishi - byudjetdan tashqari fondning tijorat bankiga kichik biznes va tadbirkorlik sub'yektlarini maqsadli asosida kreditlash uchun ajratadigan mablag'i. Byudjetdan tashqari fondlar kredit yo'nalishi hisobiga kreditlar bo'yicha imtiyozli foiz stavkalari investisiya loyihalari kredit yo'nalishiga bog'liq ravishda quyidagi o'lchamlarda belgilangan:

- dastlabki sarmoyani shakllantirishga O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki amaldagi refinanslash stavkalarining oltidan bir qismi;

- dehqon va fermer xo'jaliklarini kengaytirish va rivojlantirish, qishloq xo'jalik texnikasini sotib olish, fermerlik inshootlarini qurish O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki amaldagi refinanslash stavkalarining uchdan bir qismi;

- xom ashyo va materiallarni ishlab chiqarish va ularga keng

ishlov berish, mahalliy sanoatni rivojlantirish - O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki amaldagi refinenslash stavkalarining 40 foizi;

- byudjetdan tashqari mablag'lar hisobiga kreditlash haqidagi Nizomda ko'zda tutilgan boshqa maqsadlar uchun - O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki amaldagi refinenslash stavkalarining 45 foizi.

O'zbekiston xukumatining qaroriga binoan barcha tijorat banklari imtiyozli kreditlar berish, shu jumladan kichik tadbirkorlik sub'yektlariga mikrokreditlar uchun maxsus imtiyozli kredit berish fondlarini tuzdilar. Maxsus imtiyozli kredit berish fondi mablag'lari hisobiga mikrokreditlar stavkalari, mikro kredit berilayotgan kundagi O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki amaldagi refinenslash stavkalarining 50 foizidan ko'p bo'lmagan miqdorda belgilanadi.

Biroq bu fondlarning o'lchamlari chegaralangan. Qaytadan ochilayotgan – mikrofirmalar, kichik korxonalar (xukukiy shaxslar) va fermer xo'jaliklariga, ular davlat ro'yxatidan o'tganidan keyingi olti oygacha, kredit olish uchun bergan arizalariga ko'ra, dastlabki sarmoyani shakllantirish uchun kreditlar berilishi mumkin.

Ko'rsatilgan maqsadli yo'nalish kreditlari hisobiga olingan dastlabki sarmoya, kichik biznes, dehqon va fermer xo'jaliklari faoliyatini boshlash uchun aylanma mablag'larni shakllantirish, investisiya loyihasining texnik-iqtisodiy asosnomasini ishlab chiqish, jihozni sotib olish uchun yo'naltirilishi mumkin.

Fermerlar va kichik biznesning boshqa sub'yektlariga mikrokreditlarni chet el valyutasida berish, o'zining ishlab chiqarish faoliyati uchun, respublikamizda ishlab chiqarilmaydigan import jihoz, xom ashyo va komplektlovchi mahsulotlar sotib olish uchun, amalga oshiriladi.

10-BOB. BIZNESNI MOLIVAVIY REJALASHTIRISH VA SUG'URTA

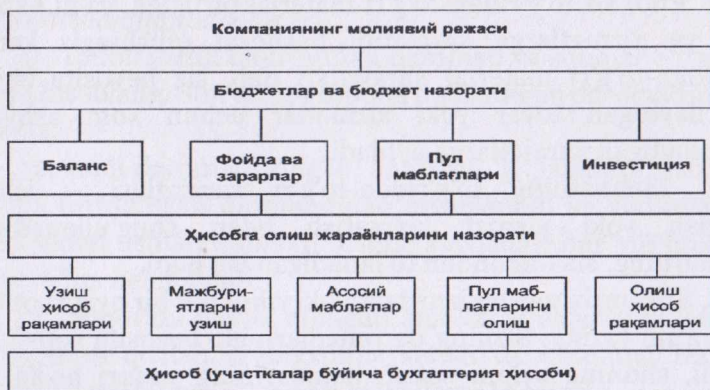
10.1. Moliyaviy rejalashtirish

Biznesni boshlanishida siz foyda olmaysiz. Sizning biznesingiz tovar yoki xizmatlarni sotishdan real daromad keltirgunicha, ma'lum bir vaqt o'tishi kerak. Siz o'z biznesingizni ochishda 2 ta qoidani yodda tutishingiz kerak: foyda bilan ishlash va mablag'siz qolmaslik kerak. Bo'lishi mumkin, dastlabki vaqtda zararga ishlashingiz ham. Sizning dastlabki sarmoyangiz bu davrga yetishi kerak.

Bu vaqtga kelib, dastlabki sarmoyangiz to'la ishlatilib bo'lganligi sababli, sizning foydangiz, korxonangiz bilan bog'liq xarajatlarni qoplashi kerak, aks holda boringizni yo'qotasiz. Bu narsa ro'y bermasligi uchun, sizga foyda va naqd pul harakati bo'yicha batafsil reja tuzishiningiz kerak. Siz sotish, sarf, naqd pul harakatini nazorat qilishingiz kerak. Bundan maqsad barcha narsaning qat'iy ravishda sizning rejangizga mos kelishi. Agar mos kelmasa, tegishli qat'iy qarorlarni qabul qilish kerak.

Moliyaviy holatni nazorat qilish uchun siz quyidagi harakatlarni amalga oshirishingiz kerak.

1. Daromad va sarflarning rejasini tuzish.
2. Naqd pullar harakati rejasini tuzish.
3. Bu rejalarni hisobga qo'yish qaydlari bilan taqqoslash.



10.2. Daromad va xarajatlar rejasi

Daromad va xarajatlar rejasi - bu bir oy davomida siz rejalashtirayotgan foyda va xarajatlar rejasi.

Xarajatlarni biroz ko'proq, daromadlarni esa biroz kamroq rejalashtiring. Bu agar sizning ishlaringiz boshlanishida yaxshi ketmasa, sizning biznesingizni muvaffaqiyatsizlikdan saqlaydi. O'zingizning faraz va gumonlaringizga suyanib qolmang. Ta'minotchilar va sizning biznesingizga o'xshash faoliyat bilan mashg'ul odamlar bilan suxbatlashish. Rejani tuzishda har qanday axborotni toping va undan foydalaning.

1. Avvalo bilvosita xarajatlar bashoratini qiling. Bilvosita xarajatlar biznesni yuritish uchun sarflanadigan to'g'ridan-to'g'ri xarajatlardan tashqari xarajatlar. Masalan, sizning xodimlaringizni ish haqi sarflari yoki kommunal xizmatlar uchun xarajatlar – bu bilvosita xarajatlar bo'lib, ular siz tovar yoki xizmat ko'rsatishga to'g'ridan-to'g'ri aloqador emas.

Bilvosita xarajatlar ro'yxatiga transport, ijara, sug'urta, soliq, lisenziya, ruxsatnoma, ro'yxatdan o'tkazish xarajatlari va h.k.lar kiradi.

Siz o'zingizning biznesingizni yuritishda bilvosita xarajatlar ro'yxatini tuzishingiz va har bir bilvosita xarajat bo'yicha oylik bashorat qilishingiz kerak. Ularni birlashtirib, siz umumiy summani aniqlaysiz. Bu ishni har oyda bajarish kerak.

2. Endi siz to'g'ridan-to'g'ri material birligiga, ya'ni barcha tovar va xizmatlarga xarajatini bashorat qilishingiz kerak. To'g'ridan-to'g'ri material xarajatlari deb, siz bevosita ishlab chiqarilayotgan tovar yoki xizmatlar uchun xom ashyoga qo'llaniladigan xarajatlarga aytiladi.

3. Mehnatning to'g'ridan-to'g'ri xarajatlari – ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish bilan shug'ullanadigan xodimlarning, siz tomondan to'lanadigan ish haqi.

4. Sizning biznesingizni dastlabki yilini har bir oyiga sotilish bashoratini tuzing. Sizning daromadlaringiz bevosita sotishdan tushadi, shuning uchun sotish hajmlarining yuqori bo'lishiga

intiling. Sizning bashoratingiz, bir oy davomida qancha tovar yoki xizmatni sotish mumkinligini aniqlovchi, hisoblashlarni o'z ichiga olishi kerak.

5. Sizning biznesingizni birinchi yili har bir oyining to'g'ridan-to'g'ri xarajatlari summasini hisoblang. Har bir oyda sotilishi mo'ljallangan mahsulot yoki xizmat soniga, materiallarning to'g'ridan-to'g'ri xarajatlari bashorati natijasida olingan summaga ko'paytiring.

6. Birinchi yilning har bir oyiga to'g'ridan-to'g'ri xarajatlarni hisoblashda ham xuddi shu ishlarni bajaring.

7. Har bir oy uchun material va to'g'ridan-to'g'ri xarajat summalarini qo'shsangiz, siz tovar va xizmatlaringizning tannarxini hosil qilasiz.

8. Bundan keyin, biznesingizning yalpi daromadini aniqlash uchun bashorat qilingan narx va sotilgan mahsulot tannarxi o'rtasidagi farqni aniqlang.

9. Siz yalpi daromad dan bilvosita xarajatlarni ayirishingiz kerak. Bu soliqqa tortishgacha bo'lgan tadbirkorlik faoliyati daromatini beradi.

10. §10.3 ning materiallariga asoslanib quyidagi soliq va ajratmalarni aniqlang

A) Mulk solig'i

B) Yer solig'i

S) Byudjetga to'lanishi kerak bo'lgan soliq –QKS (qo'shimcha qiymat solig'i)

11. Tadbirkorlik faoliyatidan daromad va soliqlar o'rtasidan farqni hisoblang. Shu tariqa soliqqa tortiladigan daromadni hosil qilamiz.

12. Endi daromad solig'ini aniqlang. U jismoniy shaxsning soliqqa tortiladigan daromadidan hisoblanadi va xodimlarning ish haqidan ushlab qolinadi. Uning stavkalari har yili hukumat qarori bilan belgilanadi.

13. Yuqorida bayon qilingan amallarni bajarishda olingan summalarni qo'llab, o'zingizning sotish va xarajatlar bo'yicha rejangizni to'ldiring. Quyidagi jadvallarni to'ldiring

1	2	3	4	5
Mahsulot yoki xizmat ko'rsatish	To'g'ridan- to'g'ri material birligiga bo'lgan xarajatlar, so'm	Sotish bahosi, so'm	Yanvardagi sotish miqdori, dona	Yanvar realizatsiya sining mablag'i

O'zingizning texnik-iqtisodiy asosnomangizda, biznesingizning birinchi yili uchun sotish va xarajatlar bo'yicha reja tuzing.

10.3. Buxgalteriya hisobi

Buxgalteriya hisobi, qancha pul mablag'i korxonaga kelib tushayapti va qancha mablag' sarflanayapti, shuni bilish uchun kerak. Agar hisobga qo'yish tizimining to'g'ri turi tanlansa bu korxonaga o'z foydasini ko'paytirishiga yordam beradi.

Hisobga qo'yish tizimi sizga va boshqalarga naqd pul harakatini nazorat qilish imkonini beradi. U korxona qanchalik samarali faoliyat ko'rsatayotganligini ko'rsatadi va kelajakni rejalashtirish imkoniyatini yaratadi. Siz buxgalteriya yozuvlarini olib borishingiz kerak. Ular istalgan paytda.

Korxonada qancha mablag' borligini ko'rsatib beradi. Buxgalteriya yozuvlari sizga pullaringiz qayoqqa ketayotganligi nazorat qilish imkonini beradi, o'z vaqtida moliyaviy muammolarni aniqlash beradi, biznes yuritishdagi xatolikni aniqlaydi. Agar siz buxgalteriya hisobi tizimini to'g'ri qo'llasangiz sizning korxoanangizda barcha ishlar reja bo'yicha borayotganligini va hammasi nazoratingiz ostida ekanligini namoyish qilishga erishasiz.

Buxgalteriya yozuvlari yordamida siz kelajakni rejalashtira olasiz. Ular sizning korxoanangiz avvaldan yaxshi ishlagan va hozir qanday ishlayapti, shuni ko'rsatadi. Omillarni taqqoslab siz o'z biznesingizning rivojlanishini bashorat qila olasiz.

Buxgalteriya hisobi tizimi turlari har xil bo'lishi mumkin. Siz o'zingizga eng yaxshisi quyidagi mezonlar bo'yicha tanlaysiz:

- Korxonangizning o'lchami;
- Biznesingiz sohasi;
- Biznesingiz shakli;
- Sizning buxgalteriya ko'nikmalingiz.

Turli buxgalteriya hisobi tizimlari mavjud-eng oddiydan eng murakkabigacha. Oddiy tizimda faqat korxonaga kelib tushayotgan pullar va korxonangiz ishlashi uchun sarflanayotgan pullar yoziladi. Murakkabroq tizimlar ko'proq punktlarga ega bo'ladi. Goxida qaysi punktga nimani kiritish qiyinchilik tug'diradi. Tizim qanchalik murakkab bo'lsa, shunchalik murakkab axborot bera oladi. Biroq buxgalteriya hisobining o'ta murakkab tizimini tanlash kerak emas, chunki bu gohida biznesingizga zarar yetkazishi mumkin. Masalan, agar siz kichik korxonada katta tashkilotlar uchun tavsiya etilgan buxgalteriya tizimini qo'llasangiz, uni talab etilgan holatda ushlab turish moliyaviy jihatdan og'irlik qiladi.

O'zingiz biroz bilgan buxgalteriya tizimini tanlang, chunki siz oxirigacha tushunmasangiz, unda sizning hatti-harakatlaringiz foydali axborotni olishni ta'minlay olmaydi.

Buxgalteriya tizimi

- Siz sotishingiz kerak bo'lgan mahsulotni tanlashda, yangi jihoz sotib olishda qaror qabul qilishda yordam beradi;

- Agar foyda kamaya boshlasa, muammoli vaziyatni ogoxlantirishda yordam beradi;

- Mahsulot tannarxini aniqlashda va baholarni to'g'ri belgilashda yordam beradi;

- Kelajak faoliyatni to'g'ri rejalashtirishda yordam beradi;

- Soliqlar to'langandan keyin qolgan foydani yaqqol ko'rishga yordam beradi.

O'ta batafsil va murakkab bo'lmagan buxgalteriya hisobini tanlashingiz kerak, chunki uni boshqa odam olib borgan taqdirda ham tushunishingiz kerak.

Buxgalteriya hisobi tizimining uch turi

1-tur. Bir qiymatli yozuvli tizim

Bu juda oddiy tizim va uni olib borish juda oson. U faqat mikrofirmalar uchun va faqat dastlabki vaqtda to'g'ri keladi. U siz yanada murakkabroq va foydali tizimlarni o'rganib olingingizcha asqotadi.

Sana	Batafsil tavsifi	Sotish	Xarajatlar

Sana: Buxgalteriya ishi olib borilishi sanasi;

Batafsil tavsif: ish tavsifini yozing;

Sotish: sotishdan olingan summani kiriting;

Xarajatlar: ishni yuritish uchun sarflangan summa.

2-tur. Ikkiyoklama yozuvlarning bazaviy tizimi

Buxgalteriya hisobining bu rivojlangan tizimi, avvalgilarga qaraganda kengroq axborot bera oladi. Bu sodda tizim bo'lib, uni bajarish oson va ko'plab kichik korxonalar uchun yaroqli hisoblanadi.

Sana	Batafsil tavsif	№	G'azna			Bank			sotish	To'g'ridan-to'g'ri material xarajat-lari	To'g'ridan-to'g'ri mehnat xarajat-lar	Bilvosita xarajat-lar
			kirim	chiqim	qoldiq	kirim	chiqim	qoldiq				

Sana: Buxgalteriya ishi olib borilishi sanasi;

Batafsil tavsif: ish tavsifini yozing;

Nº: hujjatning tartib raqami;

G'azna: korxona g'aznasiga kelib tushayotgan va chiqib ketayotgan barcha pullarni yozing;

Bank: bank hisobiga kelib tushayotgan va undan olinayotgan barcha pullarni yozing. Bu agar sizning korxonangiz bankda hisob raqamiga ega bo'lsagina zarur.

To'g'ridan-to'g'ri material xarajatlari: agar tovar ishlab chiqarayotgan bo'lsangiz yoki xizmat ko'rsatayotgan bo'lsangiz bu grafalarga xom ashyo, materiallar, komplektlovchilarni sotib olishga ketgan xarajatlarni yozing.

To'g'ridan-to'g'ri mehnat xarajatlari: agar tovar ishlab chiqarayotgan yoki xizmat ko'rsatayotgan bo'lsangiz, bu grafaga xodimlaringizning oyliklariga ketgan xarajatlarni kiriting. Bilvosita xarajatlar: sizning biznesingiz faoliyat ko'rsatishini ta'minlashga ketgan barcha xarajatlar ko'rsatiladi.

3-tur. Ikkiyoklama yozuvlarning yanada rivojlangan tizimi

Bu tizim differensial axborotga muhtoj korxonalarga to'g'ri keladi. U murakkabroq mikrofirmalarga kamroq to'g'ri keladi, chunki professional buxgalter yordami kerak bo'ladi.

Barcha ish operatsiyalari asosiy buxgalteriya kitobi hisob raqamlari bo'yicha taqsimlanadi. Buxgalteriya hisobi-asosiy kitobning bir qismi. Unga tadbirkorlik faoliyatining bitta sohasiga aloqador operatsiyalar yoziladi.

Har bir hisob raqami ikkita ustundan iborat: debet va kredit.

G'AZNA	
Debet	Kredit

“Debit” va “Kredit” so'zlarini bilish hech bo'lmaganda debitor va kreditor so'zlarini hamda ularning kimligini tushunish

imkonini beradi. “Debet” soʻzi italyancha boʻlib, “U berishi kerak”, “Kredit” soʻzi italyan tilida “U ishonadi” deganni bildiradi. Mos ravishda, debitor-bu bizga berish kerak boʻlgan, kreditor bizga ishongan (biz unga qarzga berilgan pullarni beramiz) odam.

Har bir operatsiya kamida ikkita hisob raqamiga yoziladi. “Debit” va “Kredit” grafalarida yozilgan, ixtiyoriy, har bir operatsiya uchun har doim teng boʻladi.

Masalan, agar korxona oʻz tovarlarini 100,00 soʻmga sotsa gʻazna hisob raqamining debit tomoniga 100,00 va “Sotishdan foyda” hisob raqamining kredit tomoniga 100,00 soʻm yozasiz.

GʻAZNA		SOTISHDAN FOYDA	
Debit	Kredit	Debit	Kredit
100,00			100,00

Buxgalteriya hisobining bu tizimida barcha hisob raqamlari ikki guruhga boʻlinadi: doimiy va vaqtinchalik hisob raqamlari. Doimiy hisob raqamlari aqtiqlar, majburiyatlar va xususiy sarmoyani oʻz ichiga oladi. Vaqtinchalik hisob raqamlari daromad, chiqim, foyda, zararni qamrab oladi.

Aktivlar – korxona, firma, kompaniyaga tegishli mulk va pul mablagʻlarining yigʻindisi. Keng maʼnoda pul qiymatiga ega barcha boyliklar. Aktivlarning narxi bosh kitobning aktivlar hisob raqamiga yoziladi. Unda aktivlar hisob raqamlariga buxgalteriya hisobining beshta boʻlimi ajratilgan:

- Pul mablagʻlari;
- Olish uchun hisob raqamlari;
- Tovar-material zahiralari;
- Uzoq muddatli aktivlar;
- Keyingi davr chiqimlari.

Agar siz pulni qarzga, masalan, bankdan olsangiz siz buni “majburiyatlar” grafasiga yozishingiz kerak. Majburiyatlarni hisobga qoʻyish uchun hisob raqamlarining 2 ta boʻlimi mavjud-joriy majburiyatlar va uzoq muddatli majburiyatlar.

Agar korxonaning majburiyatlari bo'lsa va qo'qqisdan kreditorlar bilan qarzlarini bartaraf qilmoqchi bo'lsa, u holda korxona o'z aktivlaridan voz kechishiga to'g'ri keladi. Majburiyatlarini uzib bo'lgach, korxonada ayrim aktivlar qoladi. Ular korxona egasiga qoladi va xususiy sarmoya deyiladi.

Daromadni odatda, korxonaga mahsulot, tovar yoki xizmatlarning sotilishi natijasida kelib tushadigan pullar tashkil qiladi. Bosh kitobda bunday turdagi daromadlarni hisobga qo'yish uchun "Sotishdan tushumlar" degan hisob raqami mavjud. Siz bilasizki, sinchkovlik bilan nazorat qilishingiz kerak bo'lgan, turli ko'rinishdagi xarajatlar mavjud, xarajatlarning har bir turi uchun alohida hisob raqami mavjud:

- To'g'ridan-to'g'ri material xarajatlari;
- To'g'ridan-to'g'ri mahnatga haq to'lash xarajatlari;
- Bilvosita xarajatlar.

Balansni tuzish uchun aktivlar, majburiyatlar va xususiy sarmoyani hisobga qo'yish uchun hisob raqamlaridan foydalaniladi. Kirim va chiqim mablag'larini hisobga qo'yish uchun hisob raqamlari, ba'zan moliyaviy natijalar deb ataluvchi, foyda va zarar haqidagi hisobotni tuzish uchun qo'llaniladi.

Aktivlar	Majburiyatlar va xususiy sarmoya	Kirim	Chiqim
Hisob raqamlari G'azna Bank Olish Hisob Raqamlari	Hisob raqamlari majburiyatlar va xususiy sarmoya	Hisob raqamlari sotishdan tushumlar	Hisob raqamlari to'g'ridan-to'g'ri material xarajatlari To'g'ridan-to'g'ri mehnatga haq to'lash xarajatlari Bilvosita xarajatlar
Hisobot davrining aktivlari		Majmuriyatlar, xususiy sarmoya +foyda (zarar)	
Balans			

Sug'urta (insurance) - jabrlanuvchining potentsial

zararlarini qoplashni kafolatlash orqali tavakkalchilik (xavf)ni kamaytirish usuli. Zararlarni qoplash sug'urta fondidan amalga oshiriladi. Bu fond zarar qilishdan xavfsiragan sug'urtalanganlar to'lovlari hisobiga shakllantiriladi va ularning qoplanilishini kafolatlovchi boshqaruvida bo'ladi. Sug'urtasiz, noaniqlik va tavakkalchilik bilan bog'liq, ishlab chiqarish faoliyatining ko'p turlari mumkin bo'lmagan bo'lar edi.

Tadbirkor tavakkalchilik yoki u bilan bog'liq potensial zarar miqyosini kamaytirishga yo'naltirilgan chora-tadbirlarni ko'rishi mumkin. Yo'qotishlarni oldini to'la olib bo'lmaganligi tufayli, tadbirkorlar quyidagi savolni chuqur o'ylab ko'rishi kerak: qanday qilib va qaysi mablag'lar hisobiga zararlar qoplanishi mumkin?

Sug'urtaning ko'plab turlari mavjud. Masalar: mulk, yuk, kasbiy javobgarlik, kredit to'lashdagi tavakkalchilikni sug'urtalash va boshqalar.

Sug'urta quyidagi funksiyalarni bajaradi:

- Moliyaviy yo'qotishlardan universal himoya vositasi bo'lib, u "asablarni tinchlantiradi" va ertangi kunga ishonch uyg'otadi;

- Sug'urta shartnomasi qatnashchilarini sug'urta bo'lishi kutilayotgan zararni kamaytirish va minimal qiymatga yetkazishga yo'naltiradi;

- Sug'urta sizning moliyaviy holatingizni turli tavakkalchilik va xavflardan saqlaydi. Bunday xavflar, tovar va xizmatga bo'lgan ehtiyojini kamayishi, har bir biznesda uchraydi. Biroq barcha boshqa xavflarni sug'urtalash orqali kompensasiya qilib bo'lmaydi.

11-BOB. TADBIRKORLIK SUB'EKTLARINI SOLIQQA TORTISH ASOSLARI

11.1. Soliqlarning iqtisodiy mohiyati va amal qilish xususiyatlari

Soliq tushunchasi iqtisodiy kategoriya sifatida sinfiy hukmron kuch sifatida yuzaga chiquvchi davlatning paydo bo'lishi va uning faoliyati davomiyligi bilan bevosita bog'liqdir. Shu o'rinda soliq kategoriyasi davlatni iqtisodiy siyosati orqali iqtisodiy voqelik sifatida yuzaga chiqishini ta'kidlash lozim. Soliq tushunchasi tor ma'noda davlat ixtiyoriga boshqalardan majburiy tartibda undiriladigan pul tushumlarini ifodalaydi. Ma'lumki, soliqlar bevosita davlatning paydo bo'lishi bilan bog'liqdir, ya'ni davlat o'zining vakolatiga kiruvchi vazifalarni bajarish uchun moliyaviy manba sifatida soliqlardan foydalanadi.

Soliqlarning amal qilishi, bu — obyektivlikdir, chunki jamiyatni tashkil etuvchi individlarning hammasi ham real sektorda (ishlab chiqarish sohasida) faoliyat ko'rsatmaydi. Jamiyatda boshqalar tomonidan rad etilgan yoki shug'ullanish iqtisodiy samarasiz bo'lgan sohalar ham mavjudki, bular soliqlarni obyektiv amal qilishini talab etadi. Aniqroq qilib aytganda, jamiyatni norentabel (mudofaa, tibbiyot, fan, maorif, madaniyat va boshq.) va rentabel sohaga ajralishi hamda norentabel sohani moliyalashtirishni tabiiy zarurligi soliqlarni obyektiv amal qilishini zarur qilib qo'yadi, vaholanki, norentabel sohaning ijtimoiy xizmatlari, asosan, davlat tomonidan amalga oshiriladiki, ularni moliyalashtirish usuli sifatida yuzaga chiquvchi soliqlar ham shu tufayli bevosita davlatga tegishli bo'ladi.

Soliqlarning obyektiv zarurligini bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida ikki holat bilan ifodalash mumkin: *birinchidan*, davlatning qator vazifalarini mablag' bilan ta'minlash zarurligi, *ikkinchidan*, bozor iqtisodiyoti qonun-qoidalari.

Davlatning bajaradigan funksiyalari, vazifalari ko'p va bozor iqtisodiyoti rivojlana borishi bilan ba'zi ijtimoiy himoyalangan bozor munosabatlariga mos kelmaydigan vazifalar yo'qola borsa, yangilari paydo bo'la boshlaydi. Bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida davlatning yangi vazifalari paydo bo'ladi. Bularga bizning respublikamizda kam ta'minlanganlarga ijtimoiy yordam ko'rsatish, bozor iqtisodiyoti infratuzilmasini (sanoatda, qishloq xo'jaligida, moliya tizimida) tashkil qilish kiradi.

Shu yerda davlat kuchli ijtimoiy siyosat tadbirlarini amalga oshirish uchun pensionerlar, nafaqaxo'rlar, talabalar, ko'p bolali onalar va boshqalarni ko'proq mablag' bilan ta'minlash zarurligini anglab, cheklangan tovarlar bahosidagi farqni budjet hisobidan qoplaydi va ularga boshqa xarajatlarni davlat hisobidan amalga oshiradi, mahallalarda kam ta'minlanganlarga moddiy yordamlar tashkil etadi.

Soliqlar majburiy to'lovlarni ifoda etuvchi pul unosabatlarini bildiradi. Bu munosabatlar soliq to'lovchilar (huquqiy va jismoniy shaxslar) bilan ularni o'z mulkiga aylantiruvchi davlat o'rtasida bo'ladi. Korxona va tashkilotlar aholiga xizmat ko'rsatganda, ish bajarish yoki bozorlarda oldi-sotdi qilish jarayonida pulmunosabatlarini hosil qiladi. Lekin ular soliq bo'la olmaydi, soliq munosabati bo'lishi uchun davlat mamlakatda yaratilgan mahsulot qiymatini taqsimlash yo'li bilan davlat budjetiga majburiy tartibda to'lanishi yoki undirilishi lozim. Davlat uchun budjetning asosiy manbayi hisoblangan soliqlar katta ahamiyatga ega.

Soliqlar to'g'risidagi qarashlar tarixan obyektiv va subyektiv omillarning ta'sirida shakllangan. Soliqlarga doir turli ta'riflarni tahlil qilish ularning konkret iqtisodiy-ijtimoiy taraqqiyotlar jarayonidagi mohiyatini asoslash, soliqlarning iqtisodiy rolini va soliq qonunchiligiga asos bo'lgan soliq tamoyillarini belgilash hamda soliq tizimida, jamiyat taraqqiyotida mavjud bo'lgan soliqlarning tutgan o'rnini aniqlash zarurdir. Chunki davlat paydo bo'lishi bilan soliqlar jamiyatdagi iqtisodiy

munosabatlarning zaruriy talablaridan biri bo'lib hisoblanib kelingan.

Davlat tuzilish shakllarini rivojlanishi bilan bir vaqtda soliq tizimi o'zgargan va takomillashtirilgan. Soliq tizimining o'zgarishi va takomillashtirilishi soliqlarning turlari, miqdorlari va yig'ib olish usullari xilma-xil bo'lganligi bilan asoslanib kelingan. Masalan, Sharq mamlakatlari iqtisodiyoti tarixida soliqlar aholidan shaxsiy mol-mulk, yerdan olingan hosil, uy hayvonlari va boshqalar uchun «zakot» sifatida olingan.

Soliqlar, yig'img'lar, bojlar va boshqa to'lovlar hisobiga davlat moliyaviy resurslari tashkil topadi. Davlat faoliyatining barcha yo'nalishlarini mablag' bilan ta'minlashning asosiy manbalaridan biri va davlat ustuvorligini amalga oshirishning iqtisodiy vositasi soliqlardir.

Aholini soliq munosabatlariga kiritish borasida, insoniyat tarixida yirik davlat arboblardan biri, o'rta asrlarda buyuk saltanat barpo qilgan Amir Temur kata e'tibor qaratgan. U davlatni idora qilish tizimini yuzaga keltirishda asosan, soliqlarga tayangan. O'sha davrning davlat moliyasi bu tizimning eng muhim unsurlaridan biri ekanligi, u davlatni boshqarishdagi barcha jihatlariga uzviy bog'langanligi bilan tubdan farq qilib turgani va ayni shu xususiyatga ko'ra, boshqaruvning barcha tarkibiy qismlari orasida markaziy o'rinni egallaganligi bugungi kunga kelib hammaga ayon bo'lmoqda. Ammo soliq munosabatlari haqida qancha rivoyatlar aytib o'tilmagan bo'lsin, uning mohiyati aholi soliq to'loviga nisbatan faqat o'z mohiyatini xazinada topgan.

Xazina har qanday tizimda ham davlatni boshqarish vositasi bo'lib xizmat qilgan. Bunday vosita nafaqat davlatni boshqarishda, balki shuning bilan birgalikda aholi manfaatlarini qondirishda namoyon bo'lgan. Natijada, xazina taqsimoti taraqqiyot tayanchi bo'lib xizmat qilgan.

Soliqlar qadimgi davrlardan e'tiboran olingan, ammo u vaqtlarda soliqlar ozod va erkin bo'lmagan kishining belgisi bo'lib xizmat qilgan. Adam Smit (shotland faylasufi va

iqtisodchisi, 1723—1790) o'zining «Xalqlar boyligining sabablari va tabiatlari» nomli kitobida (1776) ilk bor soliq tamoyillarini asoslab berdi, soliqlarning ahamiyatini yoritib, ularni davlatga to'lash qullik emas, balki erkinlik alomati ekanligini asoslab berdi.

Yana bir maqbul ta'rif S.G. Pepelyayev tomonidan berilgan: «Soliq — ommaviy hokimiyat subyektlarining to'lov qobiliyatini ta'minlash maqsadida jismoniy va yuridik shaxslar mulklarini begonalashtirishning majburiylik, yakka tarzda xolisona, qaytarmaslik, davlatning majburlashi bilan ta'minlanganlik asoslarida va jazo yoki kontributsiya xarakteriga ega bo'lmagan qonunda belgilangan yagona shaklidir».

Hozirgi paytda iqtisodiy adabiyotlarda soliqlarning iqtisodiy mohiyatini o'rganishga bag'ishlangan qator ilmiy ishlar chop etilgan. Masalan, «Siyosiy iqtisod» izohli lug'atida soliqlar «... korxona, tashkilot va aholini, mamlakat moliyaviy resurslarini tashkil etishdagi ishtirokining xarakterlovchi majburiy to'lovlar tizimi» deb izohlanadi.

Professor D.G. Chernikning fikricha: «Soliqlar — davlat tomonidan xo'jalik subyektlari va fuqarolardan qonuniy tartibda o'rnatilgan stavkalarda undirib olinadigan majburiy yig'implarni o'zida aks ettiradi».

Professor B.G. Boldirev boshchiligida yozilgan «Kapitalizm moliyasi» o'quv qo'llanmasida soliqlarga quyidagicha ta'rif berilgan: «Soliqlar — davlat tomonidan undirib olinadigan, jismoniy va huquqiy shaxslarning majburiy to'lovlari». Haqiqatan ham, bunday olib qaraydigan bo'lsak, yuqorida keltirilgan ta'riflar eng sodda, keng omma uchun qulay va tushunarli bo'lishi mumkin. Lekin bu ta'riflar o'zida soliqlarning tashkiliy-huquqiy tomonlarini to'laligicha aks ettira olmaydi. Bundan tashqari, ushbu to'lovlar nima maqsadda undirib olinishi hamda qachon undirib olinishi to'g'risida yetarli ma'lumotlar bera olmaydi.

Sh.K. Gataulin «Soliqlar davlatning iqtisodiy tayanchi» maqolasida — «...soliqlar o'zi nima va ular nimaga kerak», degan

savolga quyidagicha javob beradi: «Soliqlar - bu davlat sarf-xarajatlarining asosiy manbayi bo'lib, iqtisodiyotni tartibga soluvchi va daromadlarni barqarorlashtiruvchi vositadir.

Soliqlar davlat budjeti daromadlarini tashkil etuvchi asosiy manba va iqtisodiyotni boshqaruvchi muhim qurol hisoblanadi. Biroq bu ta'rif soliqlarning mohiyatini to'raligicha yoritmaydi hamda soliqlarning tashkiliy-huquqiy tomonlarini o'zida aks ettiray olmaydi. Bundan tashqari, iqtisodiy munosabat sifatida, bu munosabatlar obyekti bo'lib nima hisoblanadi, savoliga javob bera olmaydi.

Shuni ta'kidlash kerakki, professor O. Olimjonovning fikriga ko'ra, soliqlar quyidagicha ta'riflansa, soliqlarning mohiyati kengroq yoritiladi va maqsadga muvofiq bo'ladi: «Soliqlar - davlat va jamiyatning pul mablag'lariga bo'lgan ehtiyojini qondirish maqsadida qonun tomonidan belgilab qo'yilgan hajmda va o'rnatilgan muddatda jismoniy va huquqiy shaxslardan davlat ixtiyoriga majburiy ravishda undirib olinadigan to'lovlardir».

Bizningcha, soliqlarga berilgan mana shu ta'rif eng maqbul ta'rif bo'lib, soliqlarning mohiyati, ularning iqtisodiyotdagi o'rni va rolini, soliqlarning harakat jarayonini nazariy jihatdan chuqurroq yoritib, soliqlar haqida aniqroq tasavvur hosil qilishga yordam beradi.

Tarixan soliqlar, davlatni saqlab turish uchun zarur bo'lgan majburiy to'lovlar sifatida, davlat paydo bo'lishi bilan vujudga kelgan. Soliqlar, davlat faoliyat ko'rsatishining moddiy asosini tashkil etadi, ularning iqtisodiy tabiati xuddi shu yerdan kelib chiqadi.

Soliq tushunchasi — iqtisodiy munosabatlarda asosiy o'rinni egallaydi. Uning xarakterli tomoni shundaki, u tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadigan yuridik va jismoniy shaxslardan ularga mulkchilik, xo'jalik yuritish yoki tezkor boshqaruv huquqida tegishli bo'lgan pul mablag'larini davlat va munitsiral tuzilmalarni moliyaviy ta'minlash maqsadida begonalashtirish shaklida undiriladigan majburiy, yakka

tartibdagi qaytarib berilmaydigan to'lovlarni aks ettiradi, ya'ni soliq — davlat tomonidan xo'jalik yurituvchi subyektlar va fuqarolardan majburiy-qonuniy tartibda belgilangan stavkalar bo'yicha, soliq to'lovchining bundan biron- bir muayyan manfaat ko'rishi bilan bevosita bog'lanmagan tarzda undiriladigan pul yig'imi.

Hozirgi vaqtda soliqlar vositasida davlat daromadlarining asosiy qismi shakllantiriladi. Bozor munosabatlarining shakllanishi davrida soliqlar korxonalarning iqtisodiy faoliyatini tartibga solishning bilvosita quroli hisoblanadi.

Yuqoridagi ta'riflarni tahlil qilgan holda quyidagilarni ifodalash mumkin:

a) soliqlarni belgilash huquqi faqat davlatning qonun chiqaruvchi oliy organi - parlamentga beriladi;

b) soliqni fuqaro (yuridik yoki jismoniy shaxs), mulkdor to'laydi;

d) soliq davlat budjetiga daromad olish uchun belgilanadi;

e) soliq to'lash majburiy xususiyatga ega.

Demak, soliqlar - bu budjetga tushadigan pul va qonunda belgilangan majburiy munosabatlardir. Soliqlarning majburiyligi Oliy Majlis tomonidan tasdiqlangan huquqiy va me'yoriy qonunlar bilan ta'minlanadi. Shunday ekan, soliqlarni to'lamaslikka, soliq obyektini yashirishga, soliq summasini kamaytirib ko'rsatishga na huquqiy, na jismoniy shaxslarning haqi yo'q. Soliq to'lash xo'jalik yurituvchi subyektlar va fuqarolar bilan davlat o'rtasida yangidan yaratilgan qiymatni taqsimlashning asosiy vositasi hisoblanadi. Biron-bir jamiyatni soliq tizimisiz tasavvur qilish mumkin emas. Chunki soliqlar budjet daromadlari (pul fondi)ni tashkil etishning asosiy vositasi bo'libgina qolmay:

- mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirishga;
- ishlab chiqarishni rag'batlantirishda investitsiyalarni ko'paytirishga;
- raqobatbardosh mahsulot hissasini ko'paytirishga;
- kichik va o'rta biznesni rivojlantirishga;

- xususiy korxonalar ochish bilan bog'liq bo'lgan bozor infrastrukturasi barpo qilishga;

- umumdavlat ehtiyojlarini qondirishga va boshqalarga xizmat qiladi.

Soliqlar rivojlangan tovar ishlab chiqarishning muhim kategoriyasi bo'lib, albatta, yanada kengroq kategoriya — davlat budjeti bilan chambarchas bog'langan. Chunki soliqlar budjetning shakllanishida ishtirok etadi. Soliqlar moliyaviy resurslarni davlat ixtiyorida to'planib borishini ta'minlaydi, bu resurslardan iqtisodiy rivojlanishning umumdavlat, mintaqaviy vazifalarni hal qilish, ishning samaradorligi va sifatini rag'batlantirish, ijtimoiy adolat tamoyillaridan kelib, daromadlarni tartibga solish uchun foydalaniladi.

Davlat soliqlarni davlat budjetini shakllantirish uchun amalga kiritadi, soliqlar bironta aniq xarajatlarni qoplash maqsadiga ega emas, bu ayrim turdagi daromadlardan tushadigan tushumlardan amalga oshiriladigan xarajatlar ularga bog'liq bo'lib qolishining oldini olish zarurati bilan asoslangan. Biroq bir qancha hollarda umumiy soliqlar bilan birga maqsadli soliqlar ham belgilanadi, ularni amalga kiritilishi iqtisodiy faoliyatda ijobiy rol o'ynashi mumkin.

Soliqlarning umumiy belgilari va boshqa iqtisodiy kategoriyalardan farqi

U yoki bu iqtisodiy kategorianing mohiyatini chuqurroq anglash uchun unga xos umumiy belgilarni aniqlash lozim bo'ladi. Masalan, kredit iqtisodiy kategoriya sifatida muddatlilik, qaytarishlik, muayyan miqdorda ustama haq (foiz) to'lash kabi umumiy belgilarga egaki, ushbu belgilar kredit kategoriyasi mohiyatini kengroq yoritish uchun xizmat qiladi. Xuddi shu kabi soliq kategoriyasi ham bir qator o'ziga xos belgilarga egaki, ushbu belgilar soliqlarni boshqa to'lovlardan farqlash uchun xizmat qiladi.

Shuni alohida qayd etish lozimki, soliqlarning belgilari borasida ham iqtisodchi olimlar tomonidan turli xil fikrlar

mavjud. Masalan, professor Q. Yahyoyev soliqlarni umumiy belgilari sifatida quyidagilarni asoslaydi:

1. Soliqlar va yig'imlar majburiy bo'lib, bunda davlat soliq to'lovchining bir qism daromadlarini majburiy badal sifatida budjetga olib qo'yadi. Bu majburiylik Oliy Majlis tomonidan tasdiqlangan Soliq kodeksining qoidalari asosida amalga oshiriladi. Demak, majburiylik belgisi huquqiy jihatdan davlat tomonidan kafolatlanadi.

2. Soliqlar xazinaga — davlat budjetiga tushadi. Ammo boshqa turdagi to'lovlar «Iste'dod», «Ekosan» kabi jamg'armalarga tushishi soliq munosabatlarini aks ettirmaydi.

3. Soliqlar qat'iy belgilangan va doimiy harakatda bo'ladi. Tarixan asrlab o'zgarmay harakatda bo'lgan soliqlar mavjud. Uning ilmiy asosi qancha chuqur bo'lsa, shuncha qat'iy va uzoq yillar o'zgarmasdan harakat qiladi.

4. Davlatga to'langan soliq summasi to'lovchining o'ziga to'liq qaytmaydi, ya'ni u ekvivalentsiz pul to'lovidir.

Rus iqtisodchisi A. Medvedev o'zining «Soliqlarni qanday rejalashtirmoq kerak?» nomli kitobida soliqlarga xos bo'lgan ikki belgini, ya'ni majburiylik va ekvivalentsizlik kabi belgilarni qayd etadi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, bizningcha, soliqlarning umumiy belgilarini quyidagicha ifodalash mumkin:

1. Soliq to'lovchi pulning u yoki bu summasini davlatga to'lar ekan, buning evaziga bevosita biron-bir tovar yoxud xizmat olmaydi. Alohida olingan soliq to'lovchi tomonidan to'langan soliq miqdori bilan u iste'mol qiladigan ijtimoiy ne'matlar o'rtasida to'g'ridan to'g'ri bog'liqlik mavjud bo'lmaydi.

Xuddi ana shu xususiyatiga ko'ra, soliq narxdan (tovar yoki xizmatlarni ixtiyoriy iste'mol qilganligi uchun to'lanadigan haq sifatida), ruxsatnoma (litsenziya)lar va vositachilik yig'imlaridan farq qiladi, chunki bular majburiy yoki ixtiyoriy to'lovlar hisoblansa-da, biroq hamma vaqt hukumat tomonidan ko'rsatilgan xizmatdan muayyan foyda (naf) ko'rilishi bilan bog'liqdir.

Davlatga to'lanadigan soliqlar bilan uning evaziga olinadigan iqtisodiy va ijtimoiy ne'matlar o'rtasida bevosita, har bir kishining ko'zi ilg'aydigan bog'liqlikning yo'qligi soliq to'lovchilar soliqqa tortishni yuk sifatida baholashlari uchun sabab bo'ladi, vaholanki, ular soliqlar hisobidan qilinadigan davlat xarajatlarining yo'nalishini ma'qullashlari ham mumkin.

Alohida olingan soliq to'lovchi, odatda, jamiyat va o'zining ko'rgan foydasi yoki manfaatini to'lagan soliqlari bilan solishtirib o'tirmaydi. Bu shunga olib keladiki, oqibatda fuqarolarning bir qismi soliqlar to'lashdan bo'yin tovlashga, o'z daromadlarini yashirishga urinadi. Davlat o'z fuqarolaridan yig'ib olgan soliqlarni samarali va oshkora tarzda ishlatsa hamda fuqarolarning aksariyat qismi davlatning iqtisodiy-ijtimoiy va boshqa dasturlarini o'z mablag'lari hisobidan pul bilan ta'minlashga rozi bo'lgandagina yuksak soliq axloqi tamoyillari yuzaga keladi.

2. Soliqlar majburiy to'lovlar hisoblanadi. Soliqlarning to'liq miqdorda va o'z vaqtida to'lanishi uchun javobgarlik soliq to'lovchilar zimmasiga yuklangan bo'lsa-da, ular ixtiyoriy emas, majburiy ravishda to'laydilar, davlat soliq to'lashdan bo'yin tovlaganlarni qattiq jazolaydi.

3. Davlat foydasiga soliq to'lash orqali daromadning avvaldan belgilab qo'yilgan, eng muhimi, qonuniy tartibda ko'zda tutilgan qismi undirib olinadi. Ko'pgina davlatlarning, shu jumladan, O'zbekistonning ham qonunlarida soliqlarni belgilash va ularning hajmlarini aniqlashga faqat Oliy qonun chiqaruvchi hokimiyat yoki uning tomonidan vakolat berilgan organlar haqlidir, deb mustahkamlab qo'yilgan. O'zining xohish-istagiga qarab, yangi soliqlar belgilash yoki ularning hajmlarini aniqlashga hech kimning haqi yo'q. To'lovlarning qonuniy, ochiq-oydin xususiyatga ega bo'lishi soliqlarning bosh tavsifi hisoblanadi.

4. Soliqlarning yana bir belgisi ularning davlat yoki mahalliy budjetga kelib tushishidir, ya'ni soliqlar budjetdan tashqari fondlar yoki turli xil boshqa fondlarga kelib tushmaydi.

5. Soliqlarga xos bo'lgan umumiy belgilardan biri sifatida davlat hamda yuridik va jismoniy shaxslar o'rtasida mulkchilikni qayta taqsimlash jarayoni yuzaga kelishidir. Sodaroq qilib aytganda, korxonalar va aholidan olinadigan soliqlar, aslida ular mulkining ma'lum bir qismini davlat hisobiga o'tkazilishini bildiradi. Bu bilan xo'jalik yurituvchi subyektlarga tegishli bo'lgan mulk daromad shaklida majburiy to'lov bo'lib, davlat mulkiga aylanadi.

Demak, yuqorida qayd etilgan soliqlarga xos bo'lgan umumiy belgilar ularning iqtisodiy mohiyatini ochishga xizmat qiladi. Soliq kategoriyasi boshqa iqtisodiy kategoriyalar: moliya, kredit, sug'urta, investitsiya kabilar bilan umumiy o'xshashlikka ega, ya'ni ularning barchasi pulli munosabatlarni ifodalaydi. Lekin soliqlarning o'ziga xos yuqorida qayd etilgan belgilari mavjudki, ushbu belgilar soliqlarni boshqa iqtisodiy kategoriyalardan farqlash uchun xizmat qiladi.

11.2. Soliqlarning funksiyalari, vazifalari va tamoyillari

Soliqlarning iqtisodiy mohiyati davlat bilan huquqiy va jismoniy shaxslar o'rtasida vujudga keluvchi obyektiv majburiy to'lovlarga asoslangan moliyaviy munosabatlar orqali xarakterlanadi. Bu moliyaviy munosabatlar maxsus ijtimoiy xarakterga ega bo'lib, milliy daromadning bir qismi bo'lgan pul mablag'larini davlat ixtiyoriga safarbar qilishga xizmat qiladi.

Soliqlarning mohiyati ularning bajaradigan funksiyalaridan kelib chiqadi. Har bir iqtisodiy kategorianing o'z funksiyasi mavjud. Soliq ham mustaqil kategoriya sifatida o'zi bajaradigan funksiyalarga ega bo'lib, bu funksiyalar soliq kategoriyasining amaldagi harakatini ifodalaydi. Funksiya deganda, odatda, kategorianing hayotda ko'p qaytariladigan, takrorlanadigan doimiy harakatlarini tushunish lozim.

Soliqlarning funksiyalari to'g'risida turli xil qarashlar mavjud. Sobiq sotsialistik mamlakatlar iqtisodchilari o'rtasida

solliqlar ikki funksiyani bajaradi, degan qarash keng tarqalgan edi. Bu ikki funksiya sifatida fiskal va nazorat funksiyalari tan olinardi. Ularning fikriga ko'ra, eng asosiy funksiya bu solliqlarning fiskal funksiyasidir, chunki usiz nazorat funksiyasining mavjud bo'lishi mumkin emas.

G'arb iqtisodchilari ko'pchiligining nazariyalari angliyalik iqtisodchi J.M. Keynsning konsepsiyasiga asoslanadi. Bu konsepsiyaga ko'ra, solliqlar fiskal funksiyasidan tashqari iqtisodiyotni tartibga solish, rag'batlantirish va daromadlarni boshqarish vositasi funksiyalariga ega, soliqning bu funksiyalari uni iqtisodiyotni tartibga solish va iqtisodiy barqaror o'sishni ta'minlash vositasi sifatida foydalanish zarurligidan kelib chiqadi.

Neokeynschilik yo'nalishi vakillari bo'lgan L. Xarrot, N. Kaldor, A. Xansen va P. Samuelsonlarning fikriga ko'ra, solliqlar iqtisodiyotni tartibga solish funksiyasiga ega. Ular soliq stavkalarini o'zgartirish va turli imtiyozlar berish yo'li bilan bu funksiyani bajarish mumkin, deb hisoblashadi. Solliqlarning daromadlarni boshqarish funksiyasini yuzaga kelishiga fransuz iqtisodchisi E.D Jirardenning nazariyasi asos bo'lgan. Bu nazariyaga ko'ra, solliqlar yordamida soliqqa tortishning progressiv shkalasini qo'llash yo'li bilan jamiyat a'zolari o'rtasidagi mulkiy tengsizlikka barham berish mumkin. Hozirgi kunda bu nazariyaning davomchilari bo'lib, amerikalik iqtisodchilar A. Ilersik, G. Koul, fransuz iqtisodchilari M. Klyudo, J. Furaste hisoblanishadi. Ularning fikriga ko'ra, davlat solliqlardan va transfert to'lovlaridan foydalanish yo'li bilan jamiyat milliy daromadini kambag'allar foydasiga qayta taqsimlaydi. Bu nazariyalar solliqlarning daromadlarni tartibga solish funksiyasi mavjud, degan xulosa kelib chiqishiga sabab bo'ldi.

I. Malmiginning fikricha, solliqlar uch funksiyani bajaradi, ya'ni *fiskal, taqsimlash* va *rag'batlantirish*. Bunda birinchi funksiya davlat daromadlari manbalarining tashkil topishi bilan bog'liq, ikkinchisi huquqiy va jismoniy shaxslarning

daromadlarini taqsimlashni nazarda tutadi. Rag'batlantirish funksiyasi turli imtiyozlar va yengilliklar berish yo'li bilan amalga oshiriladi. O'z-o'zidan ko'rinib turibdiki, G'arb iqtisodiy adabiyotlaridagi daromadlarni boshqarish funksiyasi.

Soliqlarning funksiyalari ularning mohiyatini amaliyotda harakat qilayotganligini ko'rsatadi. Shunday ekan, funksiya doimo yashab, soliq mohiyatini ko'rsatib turishi zarur. Bugun paydo bo'lib, ertaga yo'q bo'lib ketadigan holatlar soliq funksiyasi bo'la olmaydi.

Demak, funksiya kategoriyasi doimiy, qat'iy takrorlanib turadigan voqelikni ifodalaydi. Shunday uslubiy yondashishdan kelib chiqib, soliqlar funksiyasini aniqlash kerak. Soliqlarning funksiyalari masalasida katta bahslashuvlar mavjudligi bois, yagona bir fikrga kelingan emas. Ko'pchilik iqtisodchilar soliqlarga fiskal, boshqaruvchi, rag'batlantiruvchi, nazorat funksiyalari xos, deb ta'rif berishadi.

Bizning fikrimizcha, soliqlarning quyidagi asosiy funksiyalarini ajratib ko'rsatish maqsadga muvofiqdir:

1. Soliqning fiskal funksiyasi.
2. Tartibga solish funksiyasi.
3. Rag'batlantirish funksiyasi.
4. Soliqning nazorat funksiyasi.
5. Soliqni hisoblash jarayonini axborot bilan ta'minlash funksiyasi.

1. Soliqlarning asosiy funksiyasi — fiskal funksiya hisoblanib (lotincha *fiscus* so'zidan olingan bo'lib, *xazina* ma'nosini anglatadi), bu funksiyaning mohiyati shundan iboratki, soliqlar yordamida davlatning moliya resurslari hosil qilinadi hamda davlat faoliyat ko'rsatishi uchun moddiy sharoit yaratiladi. Soliqlar orqali korxonalar va fuqarolar daromadining bir bo'lagini davlat apparatini, mamlakat mudofaasini, noishlab chiqarish sohasining, umuman, o'z daromadlari manbayiga ega bo'lmagan qismini (ko'pgina madaniyat muassasalari, jumladan, kutubxonalar, arxivlar va boshq.) yoki lozim darajada rivojlanishini ta'minlash uchun o'zining mablag'i

yetishmaydigan tarmoqlarni (fundamental organ, teatrlar, muzeylar, ko'plab o'quv yurtlari va h.k.) saqlab turish maqsadida undirib olish yo'li bilan davlat budjetining daromad qismini shakllantirish soliqlar fiscal funksiyasining eng muhim elementi hisoblanadi.

Ishlab chiqarish rivojlanishi bilan fiskal funksiyaning ahamiyati oshib boradi. Ishlab chiqarish ijtimoiy tusdaligining chuqurlashishi fan-texnika taraqqiyotining rivojlanishi munosabati bilan asosan, soliqlar hisobiga shakllantiriladigan moliyaviy resurslar oqimini ko'paytirishning real zarurati yuzaga keladi. Davlat iqtisodiy va ijtimoiy tadbirlarga ko'proq e'tibor bergan sari, ko'p moliyaviy resurslarni sarflamoqda, lekin soliq tizimi o'zining fiskal funksiyasi vazifalarini bajarishi jarayonida ishlab chiqarishning o'sishiga, jamg'arish jarayoniga xalal bermasligi, ijtimoiy adolatni buzmasligi hamda xalq xo'jaligining umumiy tuzilmasida buzilishlar va chetga chiqishlar sodir bo'lishiga yo'l qo'ymasligi, bozor jarayoniga putur yetkazmasligi kerak.

Soliqlarning ushbu funksiyasi orqali hosil bo'ladigan pul resurslari davlat fondi (davlat budjeti) orqali qayta taqsimlanadi, ular ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirishga, ustuvor tarmoqlarni investitsiyalashga yo'naltiriladi.

Jahon amaliyotida ijtimoiy himoyaga muhtoj bo'lgan shaxslar uchun soliq imtiyozlari va yuqori daromad oluvchi shaxslar uchun progressiv stavkalar belgilash ham qo'llanadi, ya'ni aholining kam daromad oladigan qismini ijtimoiy himoya qilish maqsadida daromadlarni bir qismi qayta taqsimlanadi. Bunday yondashuvlar soliqlar tortiladigan daromad aniqlanayotganida soliqlar tortilmaydigan minimum miqdoridagi daromad qo'shilmaydi, ayni paytda, ortiqcha daromadlar soliqlar yuqori progressiv stavkalar bo'yicha tortiladi. Soliqlarning ko'pchiligi ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarni yuzaga kelgan vaziyatni hisobga olgan holda joylarda korxonalar faoliyatining iqtisodiy shart-sharoitlarini

o'zgartirishga majbur etib, moliyaviy resurslarni makrodarajada qayta taqsimlashga olib keladi.

2. Bozor munosabatlarining shakllanishi va rivojlanishi sharoitida soliqlarning ikkinchi muhim funksiyasi — ularning iqtisodiyotdagi tartibga soluvchilik roli hisoblanadi, ya'ni davlat soliqlar orqali tovarlar, xizmatlarni ishlab chiqarish va sotishning iqtisodiy shart-sharoitini tartibga soladi va bu bilan xalq xo'jaligi tarmoqlarining iqtisodiy faoliyatini amalga oshirish uchun muayyan «soliq muhiti»ni yaratadi. Ushbu funksiya orqali soliq tizimiga ta'sir ko'rsatadi, ya'ni muayyan tarmoqda ishlab chiqarish sur'atlarini rag'batlantiradi yoki jilovlab turadi, sarmoyaning bir tarmoqdan soliq muhiti eng ma'qul bo'lgan boshqa tarmoqqa qo'yilishini kuchaytiradi yoki pasaytiradi, shuningdek, aholining to'lovga qobil talabini kengaytiradi yoki kamaytiradi.

3. Rag'batlantirish soliq tizimining eng muhim funksiyalaridan biri bo'lib, ishlab chiqarishni rivojlantirishga, moddiy xomashyo resurslari, shuningdek, moliyaviy va mehnat resurslari, jamg'arilgan mol-mulkdan samarali foydalanishga rag'batlantiruvchi ta'sir ko'rsatadi, ya'ni soliq yukini kamaytirish orqali ishlab chiqarishni rivojlantirishga, moliyaviy ahvolni mustahkamlashga va investitsiya faoliyatini jonlantirishga rag'batlantiradi. Soliqlarning rag'batlantirish funksiyasi orqali davlat xalq xo'jaligi taraqqiyotini rag'batlantiradi, bu bilan fiskal funksiyani bajarish uchun bazani kengaytiradi, ishlab chiqarishni soliqlarning rag'batlantirish funksiyasi orqali rag'batlantirib, davlat oqilona soliq siyosatini olib borish bilan soliq yukini kuchaytirmasdan, xo'jalik yurituvchi subyektlarning erkin faoliyat ko'rsatishi ta'minlanadi.

4. Soliqlarning nazorat funksiyasi soliq to'lovchi tomonidan taqdim etilgan soliqqa tortish obyekt, soliqqa tortiladigan baza, imtiyozlar singari va hokazo tegishli soliq ko'rsatkichlarining hisob-kitoblarini tekshirishdek ancha murakkab jarayondan iborat. Soliq hisobi soliq idoralariga belgilangan soliq hisobi shakllari orqali soliq to'lovchilar o'zlarining soliq

majburiyatlarini qanday bajarayotganliklarini yanada samarali nazorat qilish imkonini beradi.

5. Soliqlarni hisoblash jarayonini axborot bilan ta'minlash funksiyasi ham muhim ahamiyat kasb etib, bu funksiya orqali xarajatlar hajmi va konkret soliqlar davlatning qanday ijtimoiy-iqtisodiy funksiyalarini bajarishga sarflanganligi to'g'risida axborot berib turilishi juda zarurdir. Shunday qilinsa, soliqlarning budjetga tushishi to'liq, o'z vaqtida va oson kechadi. Soliq funksiyalarini qisqacha ko'rib chiqishimiz, soliqlar moliya resurslarini tiklash, xo'jalik faoliyatini tartibga solish va daromadlarni ijtimoiy jihatdan ahamiyatli maqsadlar uchun qayta taqsimlash bo'yicha muhim vazifalarni bajaradi, deb xulosa chiqarishimiz uchun imkon beradi.

Soliqlarning iqtisodiyotdagi yuqorida ta'kidlangan muhim o'rnini belgilovchi bir qancha funksiyalari mavjud. O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotining hozirgi rivojlanish bosqichida soliqlarning o'rnini belgilovchi quyidagi asosiy omillarni ko'rsatib o'tish mumkin:

1. Bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida aholini ijtimoiy himoya qilishning zarurligi.

2. Agrar sektordagi islohotlarni muvaffaqiyatli amalga oshirish zarurligi omili. O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotida eng asosiy tarmoq agrar sektor hisoblanadi. Masalan, Ikkinchi jahon urushidan keyin tiklanayotgan Yaponiya iqtisodiyoti uchun mashinasozlik yetakchi tarmoq sifatida rivojlantirilgan edi. Bu tarmoq Yaponiya iqtisodiyotini rivojlantirishga ulkan hissa qo'shdi. Bu eng avvalo, uning mamlakatga chet el valuta tushumlarini olib kelishda namoyon bo'ldi. O'zbekiston Respublikasida qishloq xo'jaligi ana shunday asosiy tarmoq vazifasini o'tamoqda.

3. O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotida soliqlarning o'rnini belgilovchi asosiy omillardan yana biri — hozirgi kunda ko'payib borayotgan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi jismoniy va huquqiy shaxslarning daromadlarini jalb qiluvchi mukammal soliq to'lovini yuzaga keltirish.

Yuqorida tilga olingan omillar soliqlarning respublika iqtisodiyotida o'ziga xos o'rni borligidan dalolat beradi.

Soliqlar iqtisodiyotning tarixiy rivojlanishi bosqichlarida ushbu rivojlanish jarayonlarini ta'minlash maqsadiga bo'ysunuvchi vazifalarni bajaradi. Soliqlarning funksiyalari esa ana shu vazifalarni bajarishga xizmat qiladi. Soliqlar bajaradigan vazifalar ko'pchilik mamlakatlarning soliq qonunchiligida umumiy o'xshashliklarga ega. Ana shunday an'anaviy soliq vazifalariga quyidagilarni kiritish mumkin:

— Umumdavlat vazifalarini hal qilish uchun davlatga zaruriy moliyaviy resurslar ta'minlab berish. Soliqlarning fiskallik funksiyasi ushbu vazifani hal qilish maqsadlariga xizmat qiladi. Bu vazifani hal qilish davlatning iqtisodiyotga qay darajada aralashuviga ko'p jihatdan bog'liq. Bu ko'rsatkich qanchalik yuqori bo'lsa, soliqlarning fiskallik funksiyasi shunchalik faol bo'ladi. Ammo soliqlarning ushbu vazifasi faqat iqtisodiy jarayonlarni qamrab olmaydi, balki davlatning noishlab chiqarish xarajatlarining ko'payishi ham davlatning ortiqcha moliyaviy resurslarga muhtojligini keltirib chiqaradi.

— Mamlakat iqtisodiyotida qulay investitsiya muhitini yaratishga ko'maklashish. O'zbekiston Respublikasida soliqlarning ushbu vazifasini bajarishi o'ziga xos xususiyatlarga ega. Asosiy xususiyatlaridan biri shundaki, hozirgi kunda sarmoyalarning asosiy qismi savdo va xizmatlar sohasiga yo'naltirilayotganligi tashvishli holdir. Buning asosiy sababi foyda me'yorining bu sohalarida kattaligidir. Soliqlar sarmoyalarni bevosita mahsulot ishlab chiqarish sohasiga yo'naltirishning qudratli vositasi bo'lishi kerak.

— Aholining mehnat faolligini rag'batlantirish. Soliqlar deyarli barcha mamlakatlarda ushbu vazifani bajaradi. Chunki ular aholi daromadlarini tartibga solishning muhim vositasi hisoblanadi. Daromadlardan olinadigan soliq stavkalarining eng yuqori chegarasini sezilarli darajada pasaytirish ishchi kuchining taklifi bilan bog'liq salbiy oqibatlarining oldini olishi mumkin.

O'tgan asrning 70—80-yillarida Shvetsiyada soliq stavkalarining aholi daromadlariga progressiv ravishda qo'llash malakali ishchilarning boshqa mamlakatlar tomon migratsiyasiga olib kelgan.

— Iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish maqsadida daromadlarni taqsimlashning samaradorlik va adolat prinsiplari o'rtasidagi muvofiqlikka erishish. Amaldagi soliqlarga barqarorlik va moslanuvchan soliq stavkalarining xosligi soliqlarning uzoq muddatli vazifalarini amalga oshirishga zamin yaratadi. Milliy va xorijiy investorlar kapital qo'yilmalarini amalga oshirar ekan, ular o'zlarining soliq majburiyatlarini aniq bilishi kerak. Soliq turlari va stavkalari barqaror va tez-tez o'zgaraydigan bo'lishi kerak. Soliq tizimiga mustahkam ishonch bo'lmagan taqdirda uzoq muddatli investitsiyalarning harakati susayadi.

Soliqlarning funksiyasini o'rganish ularning iqtisodiyotdagi rolini ko'rsatib bersa, soliqqa tortish tamoyillari soliq munosabatlarini amaliyotda tashkil etish, soliqqa tortish, uni undirish amaliyotining mazmunini ochib beradi. Ko'plab iqtisodchilar soliqqa tortish iqtisodiyotning ravnaqiga olib kelishi mumkin bo'lgan tamoyillarni qayd etishgan.

Soliqqa tortish tamoyillarini A. Smit o'zining «Xalqlar boyligining sabablari va tabiatlari» nomli kitobida (1776) ilk bor asoslab bergan:

1. Davlat fuqarolari davlat xarajatlarini qoplashda o'zlari hukumat muhofazasida foydalanayotgan daromadlariga muvofiq tarzda qatnashishlari lozim.

2. Har bir odam to'laydigan soliq aniq belgilab qo'yilgan bo'lishi kerak, bunda o'zboshimchalik ketmaydi. Soliq miqdori, to'lanadigan vaqti va tartibi uni to'lovchiga ham, boshqa har qanday odamga ham birday aniq va ma'lum bo'lishi zarur.

3. Har bir soliq to'lovchiga har jihatdan qulay bo'lgan vaqtda va tartibda undirilishi kerak.

4. Har bir soliq shunday tarzda tuzilishi kerakki, bunda soliq to'lovchining hamyonidan ketadigan pul davlat budjetiga kelib

tushadigan mablag'ga nisbatan ortiq bo'lishiga mumkin qadar yo'l qo'yilmasin.

Hozirgi sharoitga tatbiqan olganda, soliqqa tortish samarali tizimining quyidagi tamoyillarini ta'riflab o'tish mumkin:

1. *Yetarlilik tamoyili*. Mazkur tamoyilga muvofiq, soliqqa tortish darajasi shunday bo'lishi lozimki, u davlat intilayotgan xalq xo'jaligi samaradorligiga erishishni kafolatlay olsun. Soliqqa tortish tizimi iqtisodiyot, ijtimoiy himoya, mudofaa qobiliyati va boshqa sohalaridagi davlat siyosatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan moliya resurslari to'planishini ta'minlasin. Shuni ham ta'kidlab o'tish lozimki, soliq stavkalari o'zicha olganda soliq yuki ko'rsatkichi hisoblanmaydi, chunki soliq to'lovchi soliq to'lar ekan, davlat tomonidan bepul xizmatlardan bahramand bo'lgani holda ayni chog'da o'zining ba'zi xarajatlarini qisqartiradi.

Masalan, davlat umumiy foydalanish yo'llarining holati yaxshi saqlanishini ta'minlash bilan soliq to'lovchining transport xarajatlarini kamaytiradi, bepul maorif, sog'liqni saqlashni ta'minlash bilan yollanma xodimlarning xarajatlarini qisqartiradi, demak, ish haqi xarajatlarini ham kamaytirgan bo'ladi. Shunday qilib, to'langan soliqlarning faqat xizmatlar ko'rinishidagi talab etilmagan bir qismigina soliq yuki ko'rsatkichi hisoblanadi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, yetarlilik tamoyili soliq siyosatini belgilayotganda, uni davlatning qabul qilingan ijtimoiy-iqtisodiy siyosati bilan qat'iy ravishda uyg'unlashtirishni taqozo etadi.

2. *Tadbirkorlik va investitsiyalarni rag'batlantirish*. Soliq tizimi xo'jalik yurituvchi subyektlarni, jumladan, chet el subyektlarini, ishlab chiqarishni rivojlantirish, uskunalar va zamonaviy texnologiyalar sotib olish uchun mablag' yo'naltirishni, ya'ni kapital jamg'arish va shu yo'l bilan texnologiyalarni takomillashtirish, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirishi lozim.

Soliq tizimi resurslarning samarali taqsimlanishiga to'sqinlik qilmasligi hamda xo'jalikni mustaqil yuritish omillarini cheklab qo'ymasligi lozim. Agar soliqlar katta bo'lgani uchun tadbirkorlarning ishlab chiqarishni kengaytirishdan, boshqa turdagi iqtisodiy faoliyat ko'rsatishdan manfaatdorligiga putur yetkazsa, mamlakat iqtisodiyoti pastga qarab ketishi xavfi tug'iladi. Soliqlar miqdori haddan tashqari katta qilib belgilansa, ishlab chiqarish hajmlari kamayib ketadi, bu jarayon zaxiralar, banklardagi pul mablag'larining barakasi uchishiga, ilgari to'plangan mablag'larning yoyilib ketishiga olib keladi.

Soliqqa tortish, agar u, birinchidan, ishchi kuchini ishlab chiqarish uchun talab qilinadigan darajada saqlab turishga zarur bo'lgan iste'molning minimal hajmlariga salbiy ta'sir etsa, ikkinchidan, mehnatga nisbatan iqtisodiy va moddiy rag'batlarning harakat doirasini toraytirib qo'ysa, uchinchidan, jamg'arma miqdorini kamaytirs va mablag'ning to'planish jarayonini sekinlashtirs, ishlab chiqarish imkoniyatlarini yomonlashtirib yuborishi mumkin.

Soliqqa tortishning keyingi ikki salbiy omilini batafsil ko'rib chiqaylik. Moddiy rag'batlantirishlarga nisbatan soliqlar tortishning noxush ta'sir etishi ish haqi tizimida salbiy alomatlar paydo bo'lishida ko'zga tashlanadi. Yuqori darajada tabaqalashtirilgan soliq stavkalarining qo'llanilishi natijasida xodim tomonidan ana shu moddiy rag'batni qabul qilishdagi oddiylilik va maqbullik ko'lamini torayib qoladi.

Soliqlar tortish bazasi va uning hajmlarini noto'g'ri belgilash xodimlarning malaka oshirishga, ratsionalizatorlik va ixtirochilik faoliyati bilan shug'ullanishga va boshqa sohalarga bo'lgan intilishiga salbiy ta'sir etadi, boisi — mehnatga to'lanadigan haq miqdori, haqiqiy mehnat xarajatlarining murakkabligi va xususiyati o'zgarishi befarq bo'lib qoladi.

Soliqlar tortishning iqtisodiy omillarga ta'siri ikki xil ko'rinishda bo'ladi hamda qiyosiy oqibat va daromad oqibati shaklida ifodalanadi. Qiyosiy oqibat mehnat natijalari, jamg'arish, investitsiyalash, yangi g'oyalarni joriy etish va ishlab

chiqarish faoliyatining boshqa xil ko'rinishlari bilan shug'ullanish uchun nisbatan kamroq darajada rag'batlantirishda namoyon bo'ladi. Ayniqsa, progressiv (oshib boruvchi) soliqqa tortishda bunday oqibatning rag'batlantirishga zid ta'siri yaqqol ifodalanadi.

Agar yopiq iqtisodiyot sharoitida soliq tizimi uy xo'jaliklaridagi jamg'armalar darajasining pasayib ketishiga olib kelgan bo'lsa, u holda bir tekis foiz stavkasi oshgan, bunga esa investitsiya kapitaliga talabning kamayishi ta'sir ko'rsatgan bo'ladi. Ochiq iqtisodiyotda esa, jamg'armalardan olinadigan daromad soliqlari investitsiyalarga cheklangan darajada ta'sir qiladi, chunki bunda chet eldan kapitalning ko'proq oqib kelish imkoniyati bor, binobarin, xorijlik sarmoyador jahon bozorida ustun hisoblangan stavkani mo'ljallaydi.

Biroq bunday holatda kapitalga bo'lgan mulkchilik harakatga keladi. Bunga misol tariqasida Yaponiyadan kapitalning AQSHga oqib o'tganligini ko'rsatish mumkin, AQSHda kapitaldan foydalanganlik uchun foiz stavkasi past bo'lgan. Ayni paytda, AQSHda rezidentlar jamg'armalarini soliqqa tortish stavkasi Yaponiyadagiga qaraganda yuqori edi.

Binobarin, soliq siyosati o'z-o'zidan, agar u davlatning moliya-pul siyosati boshqa unsurlaridan ayri holda amalga oshirilsa, takror ishlab chiqarish jarayonlariga rag'batlantiruvchi ta'sir o'tkazmasligi ham mumkin.

3. *Soliqqa tortishning adolatlilik tamoyili.* Adolat tamoyillariga muvofiq, soliqlar jamiyat tomonidan oqilona va adolatli deb tan olingan umumiy obyektiv qoidalarga binoan belgilanishi lozim. Adolatlilik tamoyili bir qancha asosiy guruhdagi soliqqa tortish tamoyillariga bo'linadi. Bularni ikki guruhga bo'lgan holda o'rganish maqsadga muvofiqdir. Bunda gorizontaal va vertikal adolatni birbiridan farqlash lozim. Gorizontaal adolat tamoyili daromad olishning turli sharoitlarida soliq to'lovchilarga nisbatan soliqqa tortishning taxminan teng shartlarini qo'llanishni ko'zda tutadi.

Vertikal adolat deganda, xo'jalik yuritishning birmuncha og'ir sharoitlarida ishlayotgan subyektlar uchun soliqqa tortishning bir qadar yumshoqroq shartlarini, yengil daromad olish imkoniyatiga ega bo'lgan subyektlar uchun esa og'irroq shartlarni qo'llanish tushuniladi. Soliqlarning rag'batlantirish funksiyasini bajarish doirasida ikkinchi tamoyil buzilishi mumkin. Masalan, xalq iste'moli tovarlari ishlab chiqarishni rag'batlantirish maqsadida ularni ishlab chiqarish bo'yicha soliqqa tortishda bir qadar imtiyozli shartlar yoki buning aksicha, vino-araq va tamaki mahsulotlarini iste'mol qilishni cheklash uchun ulardan olinadigan egri soliqlarning yuqori stavkalari belgilangan hollar ham bo'ladi.

4. *Oddiylilik va xolislik.* Bu tamoyil soliqqa tortish bazasini aniqlashda, soliqlarni hisoblab chiqishda oddiylilik bo'lishini, taqdim etiladigan hisobotlarning mazmunini soddalashtirishni, shuningdek, soliqlarning eng muhim turlari bo'yicha yagona stavkalar belgilashni, beriladigan imtiyozlarni iloji boricha kamaytirishni ko'zda tutadi. Bu o'rinda nazarda tutilayotgan narsa shuki, soliqlarning rag'batlantirish funksiyasi doirasida beriladigan imtiyozlar yakka tartibdagi xususiyatga ega bo'lmasligi, balki muayyan faoliyat turlarini rag'batlantirishga, soliq to'lovchilarning mulkchilik shakli va qaysi idoraga mansubligidan qat'i nazar, ma'lum turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarishni ko'paytirishga qaratilmog'i lozim.

Ba'zi sohalarida paydo bo'ladigan davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashga ehtiyojni qondirishni budjet-kredit siyosati orqali amalga oshirish maqsadga muvofiqdir. Buning sababi shuki, soliq imtiyozlarining haddan tashqari ko'pligi qonunlarni murakkablashtirib yuboradi, tushunishni qiyinlashtiradi hamda turlicha talqin qilinishiga olib keladi, bu hol pirovard natijada soliq to'lovchilarning soliqlarga nisbatan munosabatlariga salbiy ta'sir qiladi. Shu bilan birga, aniq qilib belgilangan imtiyozlar soliq yukini boshqa soliq to'lovchilar zimmasiga o'tkazib, ijtimoiy adolatsizlik ro'y berishiga olib keladi.

5. *Boshqarishga qulaylik.* Samarali soliq tizimiga qo'yiladigan muhim talablardan biri boshqaruvga qulay bo'lishidir. Soliqlarni undirib olishda samaradorlikka erishish ko'p hollarda soliqlarning soliq to'lovchilarga yaxshi tushunarli bo'lishiga bog'liq.

Ayrim mamlakatlarda soliqqa tortishning nihoyatda murakkab tartibi amal qiladi, aytaylik, shkala va stavkalar turi, soliqlar tarkibi, ularni to'lash qoidalari va tartiblari haddan tashqari ko'p. Buning ustiga ular soliq tushumlarining ko'payishiga hech qanday yordam bermaydi hamda soliqlarning rag'batlantiruvchi funksiyasi bajarilishida rol o'ynamaydi.

6. *Soliqlarni yig'ish jarayonini imkon qadar arzonlashtirish.* Mazkur tamoyil davlat va soliq to'lovchilar tomonidan soliqlarni yig'ish uchun ketadigan xarajatlarni mumkin qadar kamaytirishni ko'zda tutadi. Buning uchun respublikamizda soliqqa tortish tartibini takomillashtirish bilan bir qatorda, soliqlarni maqbullashtirish, kompyuter texnologiyalari, soliq axborotlarining to'g'riligini bevosita nazorat qilish usullarini qo'llanish orqali soliq to'lovchilarning xarajatlarini kamaytirish maqsadida davlat hisobidan saqlanadigan servis-markazlar, soliqqa tortish masalalari xususida soliq organlari tomonidan bepul maslahatxonalar tashkil etilgan.

7. *Soliq stavkalarini qiyoslash.* Soliq stavkalari boshqa davlatlardagi xuddi shunday soliqlarning stavkalari bilan qiyoslanishi, ya'ni mintaqaning o'ziga xos xususiyatlari hisobga olingan holda boshqa mamlakatlar bilan teng bo'lgan xo'jalik faoliyati shart-sharoitlari vujudga keltirilishi lozim. Agar qattiq shartlar belgilab qo'yilgudek bo'lsa, bu hol respublika iqtisodiyotiga investitsiyalarni jalb qilishni mushkullashtirib yuboradi, aksincha, yengil sharoit yaratilsa, mamlakat budjetiga salbiy ta'sir qiladi.

Soliqqa tortish tamoyillari va soliq qonunchiligi tamoyillari muayyan o'xshashlikka ega va ularni to'liq hayotga tatbiq etish iqtisodiyotni rivojlantirishning muhim vazifalaridan biridir.

O'zbekiston Respublikasining Soliq kodeksida esa soliqqa tortish tamoyillari o'rniga soliq qonunchiligi tamoyillari deb atalib, uning tamoyillari quyidagicha belgilab berilgan:

- har bir shaxs kodeksda belgilangan soliq va to'lovlarni to'lashga majburdir, ya'ni soliq to'lash qonun bilan majbur qilib qo'yiladi. Aslida majburiylik soliqlarning iqtisodiy mohiyatidan kelib chiqadi;

- huquqiy shaxslarni soliqqa tortish mulkchilik shaklidan qat'i nazar, jismoniy shaxslar esa jinsi, irqi, millati, tili, dini, ijtimoiy kelib chiqishi, e'tiqodi, shaxsiy va ijtimoiy ahvolidan qat'i nazar, qonun oldida tengdirlar;

- belgilangan soliqlar va yig'imlar O'zbekiston hududida tovarlar (ishlar, xizmatlar) yoki pul mablag'larini erkin harakatini bevosita yoki bilvosita cheklamaydi yoki soliq to'lovchilarning iqtisodiy faoliyatini cheklashga yoki to'sqinlik qilishga yo'l qo'ymaydi;

- manbalaridan qat'i nazar, hamma daromadlar majburiy ravishda soliqqa tortiladi;

- belgilangan soliq imtiyozlari ijtimoiy adolat tamoyiliga mos kelishi shart. Soliqqa tortish tamoyillari va soliq qonunchiligi tamoyillari muayyan o'xshashlikka ega va ularni to'liq hayotga tatbiq etish iqtisodiyotni rivojlantirishning muhim vazifalaridan biridir.

11.3. O'zbekiston Respublikasi soliq tizimi va uning tarkibiy tuzilishi

Yuridik va jismoniy shaxslardan olinadigan soliqlar, yig'imlar, bojlar va boshqa majburiy to'lovlar hamda ularning tuzilish tamoyillari, usullari, soliq nazoratining yig'indisi soliq tizimini tashkil etadi. Bu ta'rif soliq tizimini keng ma'noda tushunishdir.

Soliq qonunchiligida soliq tizimi tor ma'noda talqin qilinib, bir xil mohiyatga ega bo'lgan va markazlashgan pul fondini tashkil etadigan soliq, yig'im, boj va boshqa majburiy

to'lovlarning yig'indisi soliq tizimi, deb ataladi. Soliq tizimiga nisbatan bunday yondashuvni ayrim adabiyotlarda ham keltirilganligini ta'kidlash o'rinli. Qayd etilgan ta'rifda soliq va yig'imlar yagona mohiyat, ya'ni «majburiy xarakterga ega bo'lgan munosabat» va ularning bir-biri bilan bog'liqligi va nihoyat budjetga tushishligini ko'rsatadi. Bu O'zbekiston Respublikasining Soliq kodeksi mazmuniga mos keladi. Shu yerda bahsli masala ham mavjud, ya'ni davlatning budjetdan tashqari fondlariga (pensiya, ijtimoiy sug'urta, bandlik, yo'l fondlari va boshq.) to'lovlarni ham majburiylik nuqtayi nazaridan soliq tizimiga kiritish muammosi mavjud.

Soliqlar bo'yicha izlanishlar olib borgan ayrim mualliflarning soliq tizimiga yondashuvi boshqacha. Soliq tizimiga, xususan, soliqlar yoki ularga tenglashtirilgan to'lovlar tizimi (majmuyi) sifatida qarash mumkin emas. Soliq solishning muhim shart-sharoitlariga quyidagilar kiradi: soliqlarni belgilash va amalga kiritish tartibi, soliqlarning turlari, ularni budjet darajalari o'rtasida taqsimlash tartibi, soliq nazoratini amalga oshirish shakllari va uslublari, soliq to'lovchilarning huquqlari, majburiyatlari, ular manfaatlarini himoya qilish usullari, soliq munosabatlari ishtirokchilarining javobgarligi² va shu bilan birga, ushbu elementlar soliq tizimining tarkibiy unsurlari ekanligini ta'kidlaydi va soliq tizimi deganda ana shu elementlarning majmuasidan iborat bo'lgan hamda ular o'rtasidagi munosabatlaridan kelib chiqib, ifodalash mumkin.

Umuman olganda, soliq tizimini tarkiban soliqqa tortish tamoyillari, soliq siyosati, soliqqa tortish tizimi, soliq mexanizmi kabilarga ajratish mumkin. Ushbu elementlar bevosita mamlakatda amal qilayotgan soliqlarning tarkibini belgilab beradi.

Soliq tizimining asosi bo'lgan soliqlar o'ziga xos xususiyatlariga, bir qator belgilariga ko'ra guruhlanadi. Soliqlarning guruhlanishi ularning obyektiga, xo'jalik yurituvchi subyektlar moliyaviy faoliyatiga ta'sir etishiga, undirilish usullari, paydo bo'lishiga (subyektiga), budjetga yo'naltirilishiga va boshqa belgilariga ko'ra, ularning tasniflanishidir.

Soliqlarni bunday tartibda guruhlarga ajratishdan maqsad ularni taqsimlash tamoyillarini belgilashda, ularning soliq funktsiya va vazifalarini qay darajada bajarayotganligini baholashda, umuman olganda, davlat budjetini doimiy ravishda va muntazam daromadlar bilan ta'minlashda, shuningdek, xo'jalik yurituvchi subyektlarning tadbirkorlik faoliyatini cheklab qo'ymasdan faoliyat ko'rsatishi uchun soliqlarni har tomonlama ilmiy-nazariy jihatdan o'rganish, tahlil qilishdan iborat.

Tarixan soliqlar ijtimoiy-iqtisodiy tuzilishiga qarab yoki boshqacha qilib aytganda, undirib olish manbasiga qarab, ikki guruhga — to'g'ri va egri soliqlar guruhlariga bo'linadi. Soliqlarni belgilaydigan va ulardan tushgan mablag'ni tasarruf etish, ya'ni budjetga o'tkazish nuqtayi nazaridan soliqlar umumdavlat va mahalliy soliqlarga bo'linadi. Shuningdek, soliqlar paydo bo'lish manbayiga ko'ra, yuridik va jismoniy shaxslardan olinadigan soliqlarga bo'linadi. Soliqlarni qayd etilgan guruhlarga ajratib o'rganishni alohida savol sifatida kengroq yoritishga harakat qilamiz.

Shu o'rinda soliqlarni guruhlashning ayrim turlarini ko'rib chiqamiz. Soliqlarni obykti va iqtisodiy mohiyati bo'yicha guruhlash iqtisodiyotga ijobiy hamda salbiy ta'sir ko'rsatishni o'rganishning ilmiy-amaliy uslubidir.

Soliqlar soliqqa tortish obyektiga qarab, uch guruhga bo'linadi:

1. Aylanmadan olinadigan soliqlar. Bunda soliqlar xo'jalik yurituvchi subyektlarning bevosita aylanmasidan undiriladi, ularga qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i, jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg'isi va suyultirilgan gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq, bojxona bojlari, yig'imi va boshqalar kiradi.

2. Mol-mulk qiymatlaridan olinadigan soliqlar. Bunday soliqlar soliq to'lovchi subyektlar tasarrufida mavjud bo'lgan mol-mulkdan, yerdan va boshqalarga nisbatan belgilanadigan soliqlardan iborat.

3. Daromaddan olinadigan soliqlar. Bunga yuridik shaxslardan olinadigan daromad (foyda) solig'i, infratuzilmani rivojlantirish solig'i, jismoniy shaxslarning daromad solig'i va boshqalar kiradi.

Mamlakatimizda amal qilayotgan soliqlarning ayrimlari korxonalar xo'jalik faoliyatining oxirgi moliyaviy natijasidan budjetga to'lanadigan aksariyat soliqlar va majburiy to'lovlar kelgusi davr xarajatlari orqali ishlab chiqarilgan mahsulot tannarxiga qo'shiladi (yer solig'i, mol-mulk solig'i, ekologiya solig'i va boshq.). Shu o'rinda soliqlarni guruhlashning asosi hisoblangan, ularni xo'jalik yurituvchi subyektlar moliyaviy faoliyatiga ta'sir etishiga qarab, quyidagilarga ajratishimiz mumkin:

1. Tovar (ish, xizmat)lar aylanmasidan to'lanadigan soliqlar. Bunday soliqlarga, asosan, egri soliqlar kiradi, ya'ni qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i, jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg'isi va suyultirilgan gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq, bojxona bojlari.

2. Ishlab chiqarish tannarxiga kiritiladigan soliqlar: pensiya fondiga ajratmalar, kasaba uyushmalari federatsiyasiga ajratmalar, bandlik fondiga ajratmalar va boshqalar.

3. Davr xarajatlariga kiritiladigan soliqlar: mol-mulk solig'i, yer solig'i, ekologiya solig'i, suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq, yerosti boyliklaridan foydalanganlik uchun soliq va boshqalar.

4. Korxonalar foydasidan to'lanadigan soliqlar: daromad (foyda) solig'i, infratuzilmani rivojlantirish uchun soliq va boshqalar.

To'g'ri va egri soliqlar

Soliqlarni to'g'ri (bevosita) va egri (bilvosita) soliqlarga guruhlanishi soliqqa tortish obyektiga, to'lovchi bilan davlatning o'zaro munosabatlariga bog'liq bo'ladi. To'g'ri soliqlar to'g'ridan to'g'ri daromadga va mol-mulkka qaratiladi — soliqqa tortishning bevosita shakli. Egri soliqlar — tovarning bahosida to'lanadigan yoki tarifga kiritiladigan tovarlar va xizmatlardan olinadi — soliqqa tortishning bilvosita shakli.

Tovar va xizmatlarning egasi ularni sotishda soliq summalarini olib, ularni davlatga o'tkazadi.

Daromadlar oladigan (mol-mulkka va shu kabilarga egalik qiladigan) xo'jalik yurituvchi subyektlar to'g'ri soliqlarning pirovard to'lovchisi hisoblanadi, narxlarga ustamalar orqali soliq yuki yuklab qo'yiladigan tovarning iste'molchisi esa, egri soliqlarning pirovard to'lovchisi hisoblanadi.

Amaliyotda nafaqat egri soliqlar, shu bilan birga, to'g'ri soliqlarni ham iste'molchilar zimmasiga o'tkazish imkoniyati mavjuddir. Masalan, korxonalar to'laydigan soliqlar yuki inflatsiya davrida ko'pincha narx-navoni oshirib yuborish orqali iste'molchilar zimmasiga yuklab boriladi.

To'g'ri soliqlarga tortishda mablag'larning safarbar qilinishi yangi qiymatni taqsimlash paytida boshlanadi. Davlat daromad olingan paytdayoq, uning bir qismiga o'z huquqlarini da'vo qiladi.

Soliq to'lovchining daromadi (ish haqi, foyda, foizlar va h.k.) va uning molmulkining (yer, uylar, qimmatli qog'ozlar va h.k.) qiymati to'g'ri soliqlar obyekti bo'ladi. Soliqqa tortishning bu shakli egri soliqlarga nisbatan birmuncha progressivdir, chunki u soliq to'lovchining daromadliligini, oilaviy ahvolini hisobga oladi, soliq daromadni olish bosqichida undiriladi. Bundan tashqari, to'g'ri soliqlarga tortishda soliq to'lovchi o'z solig'ining summasini aniq biladi. Tarixiy jihatdan olganda to'g'ri soliqlar XVIII asrda va XIX asrning birinchi yarmida shakllandi, ular faqat XX asrda keng ommalashdi.

To'g'ri soliqlar real va shaxsiy soliqlarga bo'linadi. Real soliqlar soliq to'lovchi mol-mulkining ayrim turlaridan (yer, uylardan) kadastr asosida undiriladi, to'lovchining haqiqiy daromadliligini emas, balki o'rtacha daromadliligini hisobga oladi.

Soliqqa tortish obyektiga qarab, quyidagilar real soliqlarga kiradi: yerga oid, uy-joylarga doir, kasb-hunarga tegishli, qimmatli qog'ozlardan olinadigan soliqlar. Real soliqlar tashqi belgilarga asoslanadi, soliqqa tortish mol-mulkning kadastr bo'yicha aniqlanadigan o'rtacha daromadliligi bo'yicha amalga

oshiriladi. O'z mohiyatiga ko'ra, bunday soliqlar regressiv tusga egadir.

Ishlab chiqaruvchi kuchlarning rivojlanishi, davlat faoliyatining kengayishi shaxsiy soliqlarga o'tilishini taqozo etdi, chunki real soliqlar fiskal jihatdan ham, ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan ham foydali bo'lmay qoldi. Real soliqqa tortishning ayrim unsurlari, odatda, mahalliy soliqlar tizimida, asosan, sanoat jihatdan taraqqiy etgan mamlakatlarda saqlanib qolgan. Shaxsiy soliqlar ravnaq topmoqda, bular daromadlar manbayida yoki deklaratsiya bo'yicha undiriladigan jismoniy va yuridik shaxslarning daromadlari va mol-mulkidan olinadigan soliqlardir. Real soliqdan farqli ravishda shaxsiy soliqqa tortishda obyekt (daromad, mol-mulk) har bir to'lovchi uchun yakka tartibda hisoblab chiqiladi, uning moliyaviy ahvoli (oilasoni, qarzdorlik va h.k.) e'tiborga olinadi.

Rivojlangan mamlakatlarda soliqqa tortish obyektiga qarab, shaxsiy soliqlarning quyidagi turlari farqlanadi: daromad solig'i, pullik sarmoyalardan tushadigan daromadlardan olinadigan soliq, sarmoyaning o'sishidan olinadigan soliq, korporatsiyaning foydasidan olinadigan soliq, merosdan va sovg'a qilishdan olinadigan soliq, mol-mulkdan olinadigan soliq, jon boshiga olinadigan soliq va h.k.

Egri soliqlar bahoga yoki tarifga ustama sifatida belgilanadigan tovarlar va xizmatlardan olinadigan soliqlardir. Egri soliqlarga tortishda davlat tovar yoki xizmatlarning sotilishi paytida ushbu qiymatning bir qismiga o'z huquqlarini da'vo qilish bilan aslida yangi qiymatning taqsimlanishining ishtirokchisi bo'lib qoladi. Egri soliqlar to'g'ri soliqlardan farqli ravishda, to'lovchining daromadi yoki mol-mulki bilan bevosita bog'liq bo'lmaydi. Tovarlarni, odatda, shaxsiy iste'mol tovarlari, shuningdek, xizmat ko'rsatish sohasining (sartaroshxonalar, hammomlar, kimyoviy tozalash xizmatlari) pullik aylanmasi, tomosha ko'rsatadigan va transport korxonalarining pattalari va shu kabilar soliqqa tortish objekti bo'ladi.

Egri soliqlarga tortiladigan tovarlar va xizmatlar soni muntazam kengayib bormoqda.

Respublikamizda amal qilayotgan soliqlar hozirgi kunda yalpi ichki mahsulotning qariyb uchdan bir qismini taqsimlab, budjetga jalb etadi va u orqali davlatning ijtimoiy zaruriy xarajatlari moliyalashtirishga yo'naltiriladi. So'nggi yillarda to'g'ri soliqlarning salmog'i yalpi ichki mahsulot qiymatida biroz kamayib, egri soliqlar salmog'i oshgan.

Bu yerda hozirgi sharoitda to'g'ri an'ana mavjuddir, chunki egri soliqlar to'g'ridan to'g'ri korxonaning investitsion faoliyatining susayishiga olib kelmaydi. To'g'ri soliqlar salmog'i YIM qiymatida pasayishi korxonalarning moddiy-texnikaviy bazasini kengayishiga, qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarishiga imkon yaratadi. Keyingi yillarda resurs soliqlarining salmog'i ham ancha oshmoqda. Ular yer, suv va boshqa resurslardan samarali foydalanishni ta'minlaydi. Soliqlarning roli yuqoridagi jadvalda o'z ifodasini topgan.

Hozirgi kunda mamlakatimizda amal qilayotgan to'g'ri va egri soliqlar tarkibiga quyidagi soliqlar kiradi:

11.1-jadval

To'g'ri va egri soliqlar tarkibi

To'g'ri soliqlar	Egri soliqlar
1. Yuridik shaxslar foydasidan olinadigan soliq 2. Jismoniy shaxslar daromadidan olinadigan soliq 3. Yer solig'i 4. Mol-mulk solig'i 5. Yer qa'ridan foydalanganlik uchun soliq 6. Suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq. 7. Obodonlashtirish va infratuzilmani rivojlantirish solig'i va boshqalar.	1. Qo'shilgan qiymat solig'i 2. Aksiz solig'i 3. Jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg'isi va suyultirilgan gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq 4. Bojxona to'lovlari va boshqalar.

Har bir davlatda ayrim soliqlar harakati jarayonida: ma'lum bir respublika va mahalliy budjetga biriktirilgan bo'ladi, ayrimlari esa, budjetlarni tartibga solib turadigan soliq'larga bo'linadi.

Umuman olganda, iqtisodiyot tarmoqlaridan va aholining mehnatga layoqatli qismidan undiriladigan soliq'larning aksariyat qismi umumiylik xususiyatiga ega. Lekin ayrim soliqlar va to'lovlar ham mavjudki, ular maqsadli xarakterga egadir.

Shu nuqtayi nazardan olib qaralganda soliqlar, ulardan foydalanish xususiyatiga ko'ra ham ikki guruhga bo'linadi:

1. Umumiy soliqlar — respublika hamda mahalliy budjet'larga tushadi va qayta taqsimlanadi.

2. Maqsadli soliqlar — bevosita biron-bir soha, tarmoq yoki obyektни rivojlantirish uchun sarflanadi va taqsimlanadi.

Bu soliqlar davlat budjeti xarajatlarini moliyalashtirishda mustahkamlikni, uzviylikni ta'minlaydi. Ularsiz budjetni rejali moliyalashtirishning iloji yo'q. Shuning uchun ularning ahamiyati budjet daromadlarini shakllantirishda beqiyosdir.

Umumdavlat soliqlari hamda mahalliy soliqlar va yig'ımlar

Respublikamizda, asosan, soliqlar budjet tizimi daromadlarini shakllantiradi. Davlat budjeti tizimi mamlakatning ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy va ma'naviy hayotini moliyaviy mablag' bilan ta'minlaydi va bu O'zbekiston Respublikasining budjet tizimida umumrespublika budjeti yetakchi bo'g'ındir. U umumdavlat resurslarining bir qismi bevosita davlat hokimiyatining ijro etuvchi va farmoyish beruvchi oliy organi — O'zbekiston Respublikasi hukumatida markazlashuvini ta'minlaydi.

Markazlashgan resurslar umumdavlat ahamiyatiga molik bo'lgan, umuman olganda, jamiyat manfaatlarini ifodalaydigan tadbirlarni (xalq xo'jaligi ahamiyatidagi qurilishlarni, eng muhim ijtimoiy tadbirlarni, mudofaa, boshqaruv, davlatning tashqi iqtisodiy aloqalari, davlatning moddiy va moliyaviy zaxiralarini) mablag' bilan ta'minlashga ishlatiladi.

Umumrespublika budjeti orqali milliy daromadni Qoraqalpog'iston Respublikasi, viloyatlar, Toshkent shahriga taqsimlash va qayta taqsimlash jarayoni izga solib turiladi. Davlat umumrespublika budjetidan davlat budjetining bu bo'g'ini ijrosi yuzasidan respublikadagi hamma ishlarni muvofiqlashtirish uchun foydalanadi. Qoraqalpog'iston Respublikasining budjeti pul mablag'larini respublikaning tegishli davlat hokimiyati va boshqaruv organlari amalga oshiradigan ijtimoiiyqtisodiy rivojlanish tadbirlarini moliyalashtirish uchun markazlashtiradi.

Mahalliy budjetlar O'zbekiston Respublikasi budjet tizimining muhim tarkibiy qismini tashkil etadi. Ular davlat hokimiyatining har bir mahalliy organi o'z faoliyatini amalga oshirishi uchun uning ixtiyorida aniq moliyaviy baza yaratadi.

Mahalliy budjetlar tizimi mahalliy talab-ehtiyojlarni to'laroq hisobga olish hamda davlat tomonidan markazlashgan tartibda amalga oshiriladigan tadbirlar bilan to'g'ri olib borish imkonini beradi, mahalliy hokimiyat organlari mahalliy budjet daromadlarining ko'payishi va resurslarning tejamkorlik bilan sarflanishi to'g'risida tinmay g'amxo'rlik qiladi, chunki joylarda iqtisodiyot va madaniyatning yuksalish sur'atlari to'g'ridan to'g'ri mahalliy xo'jalik zaxiralarini safarbar qilish, mablag'larni tejab ishlatish borasidagi ishlarni tashkil etish bilan bog'liq bo'ladi, bu esa, o'z navbatida, umuman, O'zbekiston Respublikasi davlat budjetining muvaffaqiyatli bajarilishiga yordam beradi. Mahalliy budjetlardan uyjoy-kommunal xo'jaligi va obodonlashtirish, maorif va sog'liqni saqlash muassasalari (maktablar, kasalxonalar, maktabgacha tarbiya muassasalari va boshq.), ijtimoiiy ta'minot sohasidagi tadbirlar mablag' bilan ta'minlanadi.

Soliq kodeksiga muvofiq, soliqlar deganda belgilangan, muayyan miqdorlarda undiriladigan, muntazam, qaytarib berilmaydigan va beg'araz xususiyatga ega bo'lgan, budjetga yo'naltiriladigan majburiy pul to'lovlari tushuniladi. Boshqa majburiy to'lovlar deganda, ushbu kodeksda belgilangan davlat maqsadli jamg'armalariga majburiy pul to'lovlari, bojxona to'lovlari, shuningdek, vakolatli organlar va mansabdor shaxslar

tomonidan yuridik ahamiyatga molik harakatlarni to'lovchilarga nisbatan amalga oshirish uchun, shu jumladan, muayyan huquqlarni yoki litsenziyalar va boshqa ruxsat beruvchi hujjatlarni berish uchun to'lanishi lozim bo'lgan yig'imlar, davlat boji tushuniladi. O'zbekiston

Respublikasi hududida Soliq kodeksiga binoan, umumdavlat va mahalliy soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar amal qiladi.

Umumdavlat soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarga quyidagilar kiradi:

- 1) yuridik shaxslardan olinadigan foyda solig'i;
- 2) jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i;
- 3) qo'shilgan qiymat solig'i;
- 4) aksiz solig'i;
- 5) yer qa'ridan foydalanuvchilar uchun soliqlar va maxsus to'lovlar;

6) suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq.

Boshqa majburiy to'lovlarga quyidagilar kiradi:

- 1) Ijtimoiy jamg'armalarga majburiy to'lovlar:
 - yagona ijtimoiy to'lov;
 - fuqarolarning budjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga sug'urta badallari;
 - budjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga majburiy ajratmalar.

2) Respublika yo'l jamg'armasiga majburiy to'lovlar:

- Respublika yo'l jamg'armasiga majburiy ajratmalar;
- Respublika yo'l jamg'armasiga yig'imlar;

3) davlat boji;

4) bojxona to'lovlari.

Soliqqa tortishning soddalashtirilgan tartibi qo'llanilganda quyidagilar umumdavlat soliqlar tarkibiga kiritiladi:

- yagona soliq to'lovi;
- tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bo'yicha qat'iy belgilangan soliq.

Mahalliy soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarga quyidagilar kiradi:

- 1) mol-mulk solig'i;
- 2) yer solig'i;
- 3) obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish solig'i;
- 4) jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg'isi va gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq;
- 5) ayrim turdagi tovarlar bilan savdo qilish va xizmatlarni ko'rsatish huquqi uchun yig'im;
- 6) yagona yer solig'i — soliqla tortishning soddalashtirilgan tartibi qo'llanilganda.

Undan tashqari, davlat umummilliy dasturlarini amalga oshirish davrida tegishli jamg'armalar tashkil etilishi mumkin bo'lib, ularga qonun hujjatlarida nazarda tutilgan tartibda majburiy to'lovlar belgilanadi. Soliq kodeksiga asosan, soliq yoki boshqa majburiy to'lov soliq to'g'risidagi qonun hujjatlarida soliq to'lovchilar, shuningdek, ana shu soliq yoki boshqa majburiy to'lovni hisoblab chiqarish va to'lash uchun zarur elementlar:

- soliq solish obyekti;
- soliq solinadigan baza, stavka;
- hisoblab chiqarish tartibi, soliq davri.

Soliq hisobotini taqdim etish va to'lash tartibi belgilab qo'yilgan taqdirdagina belgilangan, deb hisoblanadi.

Soliq yoki boshqa majburiy to'lov belgilanayotganda soliq to'g'risidagi qonun hujjatlarida soliq imtiyozlari hamda ularning soliq to'lovchi tomonidan qo'llanilishi uchun asoslar ko'zda tutilishi mumkin.

Soliq to'lovchilar hamda soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarning elementlari har bir soliq yoki boshqa majburiy to'lovga tatbiqan belgilanadi. Soliq solish obyekti — soliq to'lovchida soliq yoki boshqa majburiy to'lov hisoblab chiqarilishi va (yoki) to'lanishi yuzasidan majburiyat keltirib chiqaruvchi mol-mulk, harakat natijasidir.

Soliq solinadigan baza — soliqlik obyekti solish obyekti soliq yoki boshqa majburiy to'lovning stavkasi tatbiqan belgilangan ko'rsatkichlardagi qiymat, miqdor, fizik va boshqa tavsiflarini ifodalaydi.

Stavka — soliqlik solinadigan bazaning o'lchov birligiga nisbatan hisoblanadigan foizlardagi yoki mutlaq summadagi miqdorni ifodalaydi. Stavkalar bo'yicha kodeks bilan boshqacha qoida nazarda tutilgan bo'lmasa, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori bilan belgilanadi.

Soliqlik va boshqa majburiy to'lovni hisoblab chiqarish tartibi — soliqlik davri uchun soliqlik solinadigan bazadan, stavkadan, shuningdek, imtiyozlar mavjud bo'lsa, shu imtiyozlardan kelib chiqib, soliqlik va boshqa majburiy to'lov summasini hisoblash qoidalarini belgilaydi. Soliqlik va boshqa majburiy to'lovlarni hisoblab chiqarish soliqlik to'lovchi tomonidan mustaqil ravishda amalga oshiriladi. Kodeks bilan belgilangan hollarda, soliqlik va boshqa majburiy to'lov summasini hisoblab chiqarish majburiyati davlat soliqlik xizmati organi yoki soliqlik agenti zimmasiga yuklatilishi mumkin.

Soliqlik davri — u tugaganidan keyin soliqlik solinadigan baza aniqlanadigan hamda soliqlik yoki boshqa majburiy to'lov summasi hisoblab chiqariladigan davrdir. Soliqlik davri bir necha hisobot davriga bo'linishi mumkin bo'lib, ularning yakunlari bo'yicha hisob-kitoblarni taqdim etish hamda soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarning to'lanishi lozim bo'lgan summalarini to'lash majburiyati yuzaga keladi.

Soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha imtiyozlar — kodeks, boshqa qonunlarda va O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarorlarida nazarda tutilgan, boshqa soliqlik to'lovchilarga nisbatan ayrim toifadagi soliqlik to'lovchilarga beriladigan afzalliklar, shu jumladan, soliqlik yoki boshqa majburiy to'lov to'lamaslik yoxud ularni kamroq miqdorda to'lash imkoniyati soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha imtiyozlar, deb e'tirof etiladi.

Mol-mulk solig'i, yer solig'i, yagona yer solig'i hamda obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish solig'i

bo'yicha imtiyozlarni berish mahalliy davlat hokimiyati organlari tomonidan belgilangan tartibda amalga oshirilishi mumkin.

Soliq to'lovchi soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha imtiyozlardan tegishli huquqiy asoslar yuzaga kelgan paytdan e'tiboran, ular amal qiladigan butun davr mobaynida foydalanishga haqli.

Soliq to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiq, soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha imtiyozlar muayyan maqsadlarga yo'naltirish sharti bilan berilishi mumkin. Bunday mablag'lardan belgilanmagan maqsadda foydalanilgan summa belgilangan tartibda penya hisoblangan holda budjetga undirib olinadi. O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki, uning Qoraqalpog'iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahar Bosh boshqarmalari, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining muassasalari kodeksda nazarda tutilgan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lashdan ozod qilinadi, yagona ijtimoiy to'lov bundan mustasno.

11.4. Yuridik va jismoniy shaxslarni soliqqa tortish tartibi

Soliq munosabatlari mavjud bo'lishining asosiy shartlaridan biri — davlatning mavjudligi bo'lsa, ikkinchi sharti — soliqlarni to'lashga qobil bo'lgan soliq to'lovchilarning mavjudligi. O'zbekiston soliqlar tizimi manbayiga qarab, soliqlar yuridik va jismoniy shaxslardan olinadigan soliqlarga ajratiladi. Soliq solish maqsadida yuridik shaxslar deganda mulkida, xo'jalik yuritishi yoki tezkor boshqaruvida mol-mulki bo'lgan va o'z majburiyatlari bo'yicha ushbu mol-mulk bilan javob beradigan, shuningdek, mustaqil balansga va hisob-kitob varag'iga ega bo'lgan alohida bo'linmalar ham tushuniladi.

Yuridik shaxslardan olinadigan soliqlarga hamma egri soliqlar, korxona foydasiga soliq, yerosti boyliklaridan foydalanganlik uchun, suv resurslaridan foydalanganlik uchun, savdo tashkilotlarining yagona solig'i, yer solig'i, molmulk solig'i, kichik biznes uchun yagona soliq va boshqalar kiradi.

Ba'zi soliqlarni (QQS, aksiz) yuridik shaxslar ham, jismoniy shaxslar ham to'laydilar. Jismoniy shaxslar to'laydigan soliqlarga — daromad solig'i, yer, mol-mulk soliqlari kiradi. Yuridik shaxslardan olinadigan soliqlar davlat budjeti daromadlarining hal qiluvchi qismini tashkil etadi. Bu soliqlarning muhim xususiyati naqd pulsiz shaklda korxonalar hisob (joriy) schotlaridan budjet schotlariga ko'chirib qo'yiladi. Uni undirish oson va arzonga tushadi. Jismoniy shaxslardan olinadigan ba'zi soliqlar naqd pulga undirilganligi uchun uni to'lash qiyin kechadi.

Bunday soliqlarga yer, mol-mulk soliqlari va qator yig'imlar kiradi. Soliq yig'ish xarajati ko'payib ketadi. Chunki bu ish bilan maxsus tajribaga ega bo'lgan inspektorlar shug'ullanadi, hujjatlar (deklaratsiya, xabarnomalar, chaqiriqlar va boshq.) ko'p yoziladi. Jismoniy shaxslar soliqlari ichida eng yirigi fuqarolar jami daromadiga soliqdir. Bu soliq orqali fuqarolarning guruhlar daromadlarini boshqarib borish imkoniyati yaratiladi.

Yuqorida aytganimizdek, yuridik shaxslarning budjetlarga to'laydigan soliqlari to'g'ri va egri soliqlarga bo'linadi. To'g'ri soliqlar foyda soliqlari va resurslar soliqlaridan tashkil topadi. Egri soliqlar esa qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i, bojxona bojidan iboratdir.

Yuridik shaxslar soliqlari ichida egri soliqlar salmog'i ortib borishi an'anasiga ega, to'g'ri soliqlar salmog'i esa pasayib borish yo'nalishidadir. Bunday holat mahsulot ishlab chiqaruvchilarning hissasiga tushadigan soliq yukini kamaytirib, ularning ishlab chiqarish faoliyatini kuchaytiradi. Shu bilan birga, to'g'ri va egri soliqlar budjetning mustahkam manbayiga aylanib, uning o'ta ijtimoiy zarur bo'lgan xarajatlarini o'z vaqtida va uzluksiz moliyalashtirish imkonini yaratadi. Bularning ahamiyati beqiyos kattadir. Bu soliqlarsiz budjetlarni rejali moliyalashtirishning iloji yo'q.

Yuridik shaxslar soliqlari pul muomalasini mustahkamlashda ham katta ahamiyatga ega. To'g'ri soliqlar yuridik shaxslarning xarajatlarga mo'ljallangan mablag'larini qisqartirib, muomalaga oz pullarni chiqarishga olib keladi.

Egri soliqlar esa, tovar (ish, xizmat)lar tarkibida bo'lib, baho hisobiga muomaladagi ortiqcha pullarni muomaladan oladi. Shunday qilib, soliqlar pul muomalasini mustahkamlashda katta ahamiyatga ega bo'ladi.

Soliqlarning oshishi tovar (xizmat, ish) taklifini oshiradi, talabni kamaytiradi. Bu esa, pul emissiyasini kamaytiradi. Ammo taklifda real qiymati past bo'lganligidan inflatsiyani paydo qilishi mumkin.

Yuridik shaxslar o'zlariga yuklatilgan soliqlarni hisoblash va budjetga o'z vaqtida, to'liq to'lash javobgarligini olganlar. Ularning to'laydigan soliqlari, asosan, naqd pulsiz, ya'ni korxona, tashkilot, birlashmaning bankdagi hisobraqamlaridan mablag'ni ko'chirib, respublika yoki mahalliy budjetga o'tkazish yo'li bilan amalga oshiradi. Qoida bo'yicha har qanday yuridik shaxs o'z soliq va boshqa majburiy to'lovlarni belgilangan vaqtda budjetga to'liq o'tkazishga majburdirlar. Buning uchun ular soliq va boshqa to'lovlarning muddati kelgan kungacha, pullarni o'tkazish hujjatlari bo'lmish to'lov topshirig'i, cheklarni yozib banklarga topshirgan bo'lishlari kerak.

Agar to'lov topshiriqlari o'z muddatida yozilib banklarga topshirilmagan bo'lsa, soliq idoralari o'zlarining inkasso-to'lov talabnomalari orqali undirib oladilar. O'z vaqtida budjetga o'tkazilmagan har bir kun uchun o'tkazilishi kerak bo'lgan soliq summasi hisobidan 0,05 % pena hisoblanib, soliqqa qo'shimcha ravishda budjetga majburiy undiriladi. Albatta, pena summasi ko'payishi korxonaning moliyaviy holatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Pena korxona uchun qo'shimcha soliqdir.

Shuning uchun har qanday xo'jalik subyektlari hisobchilari soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni ularda belgilangan to'lov muddatigacha o'z vaqtida to'lab borishlari shart. Bunda, ayniqsa, bo'nak (avans) to'lovlarga ko'proq e'tibor qaratilishi lozim, chunki QQS, daromad (foyda)ga soliq va boshqalarda bo'nak to'lovlar soni ko'p bo'lganligidan boqimandaning ko'payishiga olib keladi. Hozirgi kunda bu boqimanda bilan kurash iqtisodiyotni barqarorlashtirishda muhim davlat tadbirlariga aylanmoqda.

Yuridik shaxslarning hamma soliqlari naqd pulsiz to'lanadi. Biroq ayrim yig'imlar (davlat va bojxona bojlari) naqd pulli bo'lishi mumkin. Yuridik shaxslar soliqlarini naqd pulsiz to'lanishi juda katta iqtisodiy ahamiyatga ega. Pul o'tkazishlar tezlashadi, ijtimoiy xarajatlar tejaladi. Jismoniy shaxslar deganda, O'zbekiston Respublikasining fuqarolari, chet el fuqarolari va fuqaroligi bo'lmagan shaxslar tushuniladi. Moliya yilida soliq solinadigan daromad, mol-mulk, yer maydoni, transport vositalari va shu kabi boshqa predmetlarga ega bo'lgan jismoniy shaxslar ularga belgilangan soliqlarni to'laydilar.

O'zbekiston Respublikasida doimiy yashab turgan yoki moliya yilida boshlanadigan, yoxud tugaydigan o'n ikki oygacha bo'lgan istalgan davr mobaynida 183 kun yoki undan ko'proq muddatda O'zbekistonda turgan jismoniy shaxs O'zbekiston Respublikasining rezidenti deb qaraladi. O'zbekiston Respublikasining rezidenti bo'lgan jismoniy shaxslarga ularning O'zbekiston Respublikasidagi, shuningdek, undan tashqaridagi faoliyati manbalaridan olingan daromadlari bo'yicha soliq solinsa, O'zbekiston Respublikasining rezidenti bo'lmagan jismoniy shaxslarga O'zbekiston Respublikasi hududidagi faoliyatdan olingan daromadlar bo'yicha soliq solinadi.

Umuman olganda, mamlakatimiz soliq qonunchiligidan kelib chiqib, soliqqa tortish nuqtayi nazaridan yuridik shaxslarni shartli ravishda quyidagicha guruhlashimiz mumkin:

- 1. Umumiy tartibda soliq to'lovchi yuridik shaxslar.
2. Mikrofirmalar, kichik korxonalar va oilaviy korxonalar.
3. Qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilari.
4. Savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari.
5. Lotereyalar, totalizatorlar va tavakkalchilikka asoslangan boshqa o'yinlar o'tkazishga ixtisoslashgan yuridik shaxslar.
6. Tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bilan shug'ullanuvchi yuridik va jismoniy shaxslar.

Umumbelgilangan tartibda soliq to'lashda yuqorida keltirilgan soliqlardan tashqari Pensiya, Yo'l hamda Ta'lim va tibbiyot muassasalarini jihozlash jamg'armalariga majburiy to'lovlar amalga oshiriladi.

Umumbelgilangan tartibga soliq to'lovchi tadbirkorlik subyektlari yuqorida keltirilgan 10 ta soliqni to'lashlari shart ekan, degan xulosa chiqarmaslik kerak. Ko'rsatadigan faoliyat turlaridan kelib chiqib, ushbu soliqlardan tegishlilarini to'laydilar, xolos.

Masalan, agar korxona yerosti boyliklarini qazib oluvchi, ulardan foydalanuvchi bo'lsa, yer qa'ridan foydalanganlik uchun soliq to'laydilar, shuningdek, yer maydoniga ega bo'lsa, yer solig'i, suv tarmog'i mavjud bo'lsa suv solig'i, aksizosti tovarlar ishlab chiqarsa, aksiz solig'i, yonilg'i quyish shoxobchalari esa qo'shimcha ravishda benzin, dizel-yonilg'i va gaz ishlatilganlik uchun soliqlarni to'lashlari mumkin.

Lekin aksariyat umumbelgilangan tartibda soliq to'lovchi tadbirkorlik subyektlari foyda, qo'shilgan qiymat solig'i, obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish soliqlarini to'laydilar, qolgan soliqlarni soliq solinadigan obyektning mavjud yoki yo'qligiga bog'liq ravishda to'lashlari mumkin.

Tadbirkorlik subyektlarini soliqqa tortish tartibi

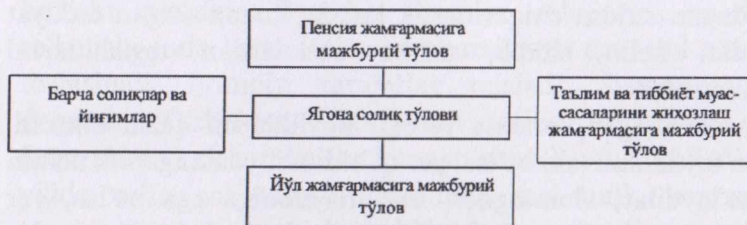
Belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tgan kichik tadbirkorlik subyektlari, ya'ni kichik korxonalar, mikrofirmalar va oilaviy korxonalar yagona soliq to'lovini to'lashni nazarda tutadigan soliq solishning soddalashtirilgan tartibini yoki umumbelgilangan soliqlar to'lashni tanlashga haqli.

Yagona soliq to'lovini muhim afzalligi bir qancha soliq va majburiy to'lovlar o'rniga bitta yagona soliq to'lovi amalga oshiriladi, lekin ushbu soliq to'lovi faoliyat natijasida foyda olinish yoki zarar bilan yakunlanishdan qat'i nazar, realizatsiya hajmiga nisbatan hisoblanadi.

Yagona soliq to'loviga o'tgan kichik korxonalar va mikrofirmalar quyidagi soliqlarni to'laydi:

- yagona soliq to'lovi;
- aksizosti tovarlarini ishlab chiqargan holda aksiz solig'i;
- yerosti boyliklaridan foydalanganda yerosti boyliklaridan

foydalanganlik uchun soliq.



Ayrim faoliyat bilan shugʻullanuvchi kichik tadbirkorlik subyektlari yagona soliq toʻlovi toʻlashga oʻtishga haqli emas. Masalan, aksiz soligʻi toʻlanadigan mahsulot ishlab chiqarishni va yer qaʼridan foydalanganlik uchun soliq solinadigan foydali qazilmalarni qazib olishni amalga oshiruvchi va yagona yer soligʻi toʻlovchi fermerlar, qatʻiy belgilangan soliq toʻlovchi tadbirkorlik subyektlari yagona soliq toʻlovi toʻlashga oʻta olmaydilar. Shu bilan birga, savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari, lotoreyalar tashkil qilish boʻyicha faoliyatni amalga oshiruvchi yuridik shaxslar yagona soliq toʻlovi toʻlovchi hisoblanib, umumbelgilangan tartibda soliq toʻlashga oʻtishga haqli emaslar.

Qishloq xoʻjaligi tovar ishlab chiqaruvchilari quyidagi soliqni toʻlaydi:

- yagona yer soligʻi.

Tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari (sartaroshxona, billiardxonalar, oʻyin avtomatlari) bilan shugʻullanuvchi yuridik shaxslar quyidagi soliqni toʻlaydi:

- qatʻiy soliq.

Shuningdek, yuqoridagi barcha yuridik shaxslar quyidagi yigʻimlar, bojlar va boshqa majburiy toʻlovlarni ham toʻlaydilar:

- bojxona toʻlovlari (bojxona bojlari va yigʻimlari, aksiz soligʻi va tovarlarni import qilishda qoʻshilgan qiymat soligʻi);

- davlat bojlari;

- tovarlarning ayrim turlari bilan savdo qilish huquqi uchun yigʻimlar;

- davlat maqsadli fondlariga ajratmalar (budjetdan tashqari pensiya fondi, respublika yo'l fondi, bandlik fondi);

- ro'yxatga olganlik uchun yig'im.

Jismoniy shaxslar to'laydigan soliqlar va yig'imlar tarkibi quyidagilardan iborat:

- jismoniy shaxslarning daromadiga solinadigan soliq;
- mol-mulk solig'i;
- yer solig'i;
- jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg'isi va gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq;
- suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq;
- yer qa'ridan foydalanganlik uchun soliq;
- yagona bojxona to'lovi (import boji, qo'shilgan qiymat solig'i va yig'im o'rniga joriy etilgan);
- import uchun aksiz solig'i;
- davlat boji;
- tovarlarning ayrim turlari bilan savdo qilish huquqi uchun yig'imlar;
- tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslarni ro'yxatga olganlik uchun yig'im.

Yangi tashkil etilgan mikrofirmalar va kichik korxonalar, oilaviy korxonalar davlat ro'yxatidan o'tkazilgan kundan e'tiboran, o'n besh kundan kechiktirmasdan o'zlari joylashgan tumandagi davlat soliq xizmati organini yagona soliq to'lovini to'lashga o'tishi to'g'risida yozma ravishda xabardor etishlari zarur, aks holda umumbelgilangan tartibda soliq to'laydilar.

Soliqqa oid huquqbuzarliklar va ular uchun javobgarlik O'zbekiston Respublikasi Soliq kodeksining IV bo'limida belgilangan. Soliq to'lovchining kodeksda javobgarlik belgilangan g'ayriqonuniy aybli qilmishi (harakati yoki harakatsizligi) soliqqa oid huquqbuzarlik, deb e'tirof etiladi. Jismoniy shaxslarning soliqqa oid huquqbuzarliklar sodir etganlik uchun javobgarligi o'n olti yoshdan boshlab vujudga keladi.

Hech kim soliqqa oid huquqbuzarliklar uchun ushbu kodeksda nazarda tutilganidan boshqa asoslar bo'yicha va tartibda javobgarlikka tortilishi mumkin emas. Hech kim soliqqa oid sodir etilgan aynan bitta huquqbuzarlik uchun takroran javobgarlikka tortilishi mumkin emas.

Shaxsning aybi qonunda belgilangan tartibda isbotlanmaguniga qadar, u soliqqa oid huquqbuzarlikni sodir etishda aybdor hisoblanmaydi. Javobgarlikka tortilayotgan shaxs o'zining soliqqa oid huquqbuzarlik sodir etganlikda aybsiz ekanligini isbotlashi shart emas. Soliq to'lovchi soliqqa oid bir necha huquqbuzarliklar sodir etgan taqdirda, moliyaviy sanksiyalar har bir huquqbuzarlikka nisbatan alohida-alohida qo'llaniladi.

Shaxs soliqqa oid huquqbuzarlik uchun quyidagi holatlardan loaqal bittasi mavjud bo'lgan taqdirda javobgarlikka tortilishi mumkin emas:

- soliqqa oid huquqbuzarlik sodir etganligi faktining yo'qligi;

- soliqqa oid huquqbuzarlik sodir etilishida shaxsning aybi yo'qligi.

Soliq to'lovchi soliq tekshiruvi o'tkazilguniga qadar xatoni o'zi tuzatgan taqdirda javobgarlikdan ozod etiladi, pena to'lash bundan mustasno. Moliyaviy sanksiyalar soliqqa oid huquqbuzarlik uchun javobgarlik chorasi bo'lib, pul undirish (jarimalar va pena) tarzida qo'llaniladi.

Yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlarga — soliq to'lovchilarga moliyaviy sanksiyalar sud tartibida qo'llaniladi, soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lash muddati o'tkazib yuborilganligi uchun pena hisoblash, shuningdek, soliq to'lovchi sodir etilgan huquqbuzarlikdagi aybini tan olgan va jarimani ixtiyoriy ravishda to'lagan hollar bundan mustasno. Soliq to'lovchi jismoniy shaxslarga nisbatan moliyaviy sanksiyalar faqat sud tartibida qo'llaniladi, pena hisoblash hollari bundan mustasno.

Soliqlar, boshqa majburiy to'lovlar va pena materiallar sudga berilgan kundan e'tiboran o'ttiz kun ichida, ixtiyoriy ravishda to'langan taqdirda tadbirkorlik subyekti — soliq to'lovchi o'ziga nisbatan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lamaganligi uchun jarimalar qo'llanilishidan ozod qilinadi.

Yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlarga moliyaviy jazo choralari sud tartibida qo'llaniladi, soliqlar va majburiy to'lovlarni to'lash muddati o'tkazib yuborilganligi uchun pena hisoblab chiqarish, shuningdek, soliq to'lovchi sodir etilgan huquqbuzarlikda aybni tan olganda va jarimani ixtiyoriy ravishda to'lagan holatlar bundan mustasno.

Soliq to'lovchiga — jismoniy shaxsga nisbatan moliyaviy jazo choralari faqat sud tartibida amalga oshiriladi, penani hisoblab chiqarish hollari bundan mustasno. Tadbirkorlik subyekti tomonidan sudga materiallar berilgan kundan e'tiboran, bir oy davomida ixtiyoriy ravishda soliqlar, majburiy to'lovlar va pena to'langanda, unga nisbatan soliq va majburiy to'lovlar to'lanmaganlik uchun jarima qo'llanilmaydi.

Soliq to'lovchilarni, shu jumladan, O'zbekiston Respublikasi norezidentlarining, davlat ro'yxatidan o'tkazish, bir vaqtning o'zida davlat soliq xizmati organlarida hisobdan o'tkazish birga amalga oshiriladigan soliq to'lovchilarni istisno etganda, davlat soliq xizmati organida hisobdan o'tishdan bo'yin tovlashi quyidagi miqdorda jarima solishga sabab bo'ladi:

- agar faoliyat o'ttiz kungacha amalga oshirilgan bo'lsa, eng kam oylik ish haqining ellik baravari miqdorida, biroq ushbu faoliyat natijasida olingan sof tushumning o'n foizidan kam bo'lmagan miqdorida;

- agar faoliyat o'ttiz kundan ortiq muddatda amalga oshirilgan bo'lsa, eng kam oylik ish haqining yuz baravari miqdorida, biroq ushbu faoliyat natijasida olingan sof tushumning o'n foizidan kam bo'lmagan miqdorida.

Qonuniy kelib chiqishi tasdiqlangan hollarni istisno etganda, kirim qilinmagan tovarlarni saqlash yoki tovarlar (ishlar, xizmatlar)ni realizatsiya qilishdan tushgan tushumlarni

yashirish (kamaytirib ko'rsatish) — tegishincha kirim qilinmagan tovar qiymati yoki yashirilgan (kamaytirib ko'rsatilgan) tushum summasi miqdorida jarima solishga sabab bo'ladi.

Bunda yashirilgan (kamaytirib ko'rsatilgan) tushum summasi soliqlar va majburiy to'lovlarni hisoblab chiqarish maqsadida hisobga olinmaydi hamda mazkur huquqbuzarlik munosabati bilan soliqlar bo'yicha qayta hisob-kitob qilinmaydi.

Tovarlar (ishlar, xizmatlar)ni realizatsiya qilishdan tushgan summani yashirish (kamaytirib ko'rsatish), deb mazkur modda maqsadida quyidagilar e'tirof etiladi:

- tovarlar (ishlar, xizmatlar)ni realizatsiya qilishdan tushgan tushum summasi hisobga olish registrlarida aks ettirilmaganligi, bashedi tovarlar (ishlar, xizmatlar) realizatsiya qilinganligi hollari hujjat bilan tasdiqlansa;

- tovarlar (ishlar, xizmatlar) realizatsiya qilinganligidan dalolat beruvchi hujjatlar almashtirilganligi, soxtalashtirilganligi yoki yo'q qilinganligi;

- hisobda realizatsiya qilinmagan, deb sanaluvchi tovarlarning omborlarda yoki realizatsiya qilish joylarida yo'qligi.

Soliq hisobotini taqdim etmaganlik, o'z vaqtida taqdim etmaganlik, shunday huquqbuzarlik uchun ma'muriy jazo qo'llanilganidan keyin takroran sodir etilgan bo'lsa, jismoniy shaxsga va soliq to'lovchining mansabdor shaxsiga nisbatan:

- muddati o'tkazib yuborilgan har bir kun uchun bir foiz miqdorida, biroq belgilangan to'lov muddatida to'lanishi lozim bo'lgan to'lov miqdoridan ushbu hisobot davri uchun hisoblab chiqarilgan to'lovlarni chegirib tashlangan summaning o'n foizidan ko'p bo'lmagan miqdorda jarima solishga sabab bo'ladi;

- buxgalteriya hisobining yo'qligi yoki hisoblanishi lozim bo'lgan soliqlar va majburiy to'lovlar summasini aniqlab bo'lmashligiga olib kelgan buxgalteriya hisobining belgilangan tartibini buzgan holda yuritilganligi — soliq to'lovchi — yuridik shaxsga nisbatan soliqlar va majburiy to'lovlarning miqdorini aniqlash imkoniyati bo'lmagan davr uchun, tovarlar (ishlar,

xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushum miqdorining bir foizi miqdorida, biroq eng kam ish haqining ellik baravar miqdoridan kam bo'lmagan miqdorda jarima solishga sabab bo'ladi. Biroq soliq to'lovchi buxgalteriya hisobini tiklash majburiyatidan ozod etilmaydi.

Faoliyat turlari bilan litsenziyasiz yoki ruxsat beruvchi guvohnomasiz shug'ullanish:

- faoliyatning ana shu turlarini litsenziyasiz amalga oshirish davrida olingan sof foyda miqdorida jarima solishga sabab bo'ladi.

Qo'shilgan qiymat solig'i to'lovchisi bo'lmagan mahsulot yetkazib beruvchilar tomonidan tovarlar (ishlar, xizmatlar) realizatsiya qilinganda qo'shilgan qiymat solig'ini schot-fakturada aks ettirganlik:

- mahsulot yetkazib beruvchilarga schot-fakturada ko'rsatilgan soliq summasi miqdorida hamda shu summaning yigirma foizi miqdorida jarima solishga sabab bo'ladi.

Bunda tovarlar (ishlar, xizmatlar)ni sotib oluvchilar qo'shilgan qiymat solig'i bo'yicha davlat budjeti bilan qayta hisob-kitoblar qilishmaydi.

Nazorat-kassa mashinalarini ishlatish majburiy bo'lgani holda ularni ishlatmasdan savdoni amalga oshirganlik va xizmatlar ko'rsatganlik, shuningdek, xaridorga kvitansiya yozib berish, talonlar yoki ularga tenglashtirilgan boshqa hujjatlarni berish majburiy bo'lgani holda bunday hujjatlarni bermasdan tovarlarni realizatsiya qilganlik va xizmatlar ko'rsatganlik:

- eng kam ish haqining o'ttiz baravari miqdoridan ellik baravari miqdorigacha jarima solishga sabab bo'ladi;

- o'sha qilmishlar moliyaviy jazo qo'llanilganidan keyin bir yil ichida takroran sodir etilgan taqdirda esa — eng kam ish haqining ellik baravari miqdoridan yuz baravari miqdorigacha.

Texnik talablarga javob bermaydigan nazorat-kassa mashinalaridan foydalanganlik, fiskal xotirasining xizmat ko'rsatish dasturi buzilgan nazoratkassa mashinalaridan foydalanish:

- yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlarga eng kam ish haqining yuz baravari miqdorida jarima solishga sabab bo'ladi;

- o'sha qilmishlar takroran sodir etilganda esa — eng kam ish haqining ikki yuz baravari miqdorida.

Soliqlar va majburiy to'lovlarni to'lash muddatlarini buzish:

- to'lovning belgilangan muddatidan keyingi kundan e'tiboran, muddati o'tkazib yuborilgan har bir kun uchun, to'lov kuni ham shunga kiradi, 0,05 % miqdorida pena hisoblab chiqarishga sabab bo'ladi.

Boshqa soliqlar va majburiy to'lovlarning ortiqcha to'langan summasiga teng keladigan qarz summasiga pena hisoblab chiqarilmaydi. Pena miqdori tegishli soliqlar va majburiy to'lovlar bo'yicha qarz summasidan oshib ketishi mumkin emas. Penani undirish soliq to'lovchini soliq majburiyatlarini bajarishdan ozod qilmaydi.

Nazorat savollari

1. Soliqlarning iqtisodiy mohiyatini tushuntiring.
2. Soliqlarning obyektiv zarurligi nimalarda ko'rinadi?
3. Soliqlarning xususiyatlari va belgilari borasida ma'lumot bering.
4. Soliqlarning funksiyalari va vazifalarini farqlab bering.
5. Soliqqa tortish tamoyillari qanday tartibda guruhlanadi?
6. Soliqqa tortishning iqtisodiy, tashkiliy va huquqiy tamoyillari mohiyatini tushuntirib bering.
7. O'zbekiston Respublikasi Soliq kodeksida qanday soliqqa tortish tamoyillari ifodalangan?
8. O'zbekiston Respublikasi soliq tizimini guruhlab bering.
9. Obyektiga qarab, soliqlar necha guruhga bo'linadi?
10. To'g'ri va egri soliqlarning farqlarini aniqlab bering.
11. Egri va to'g'ri soliqlarga qaysi soliqlar kiradi?
12. Moliyaviy jazo chorasi nima?
13. Soliqlar va majburiy to'lovlarni to'lash muddatlarini buzganlik uchun jazo choralari.

12.1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketingning ahamiyati

Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida qaror qabul qilish va uni ishlab chiqishda kichik biznes va tadbirkorlikning samarali vositasi hamda asosi bo'lib marketing hisoblanadi hamda kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshqarish tizimida, uni tashkil etishda, rejalashtirish va nazorat qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. «Ay-si-ay» konserni boshqaruvi raisi Djon Harvi Djons kichik biznes va tadbirkorlikda marketingni o'rnini tavisflab shunday deydi, ya'ni «Marketing kichik biznes va tadbirkorlikning tayanch omilidir. Bu nafaqat yoqilg'i, balki kema komandasidir».

Marketing elementlarining paydo 17 asrning o'rtalariga borib taqaladi. Bu davrgacha tovarlarni natural ayirboshlashni turli shakllari paydo bo'ladi, keyinchalik marketing faoliyatini birinchi elementlari, ya'ni reklama, narx, sotish kabilarni rivojlanishi kuzatildi.

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

Marketing bu nafaqat falsafa, fikrlash tarzi va iqtisodiy tafakkur yo'nalishi, ammo ayrim firma, kompaniya, tarmoq va butun iqtisodiyot bo'yicha amaliyot faoliyati hamdir. Talab bilan taklifni o'zaro ta'siri - bu alohida shaxslar yoki guruhning xohish-ehtiyojlarini o'zluksiz qondirish jarayoni bo'lib hisoblanadi. Bu jarayon o'z navbatida shunday ijtimoiy-iqtisodiy kategoriyalarni o'zaro ta'siriga asoslanadi, ya'ni ularga muhtojlik, ehtiyoj (xohish), talab, xarid qilish (ayirboshlash, bitim) va aniq tovar va xizmatlarni iste'moli (ishlatilishi) kiradi.

Bu tushunchalar marketing tushunchasi, mohiyatini aniqlashga imkon beradi.

Quyida marketingning asosiy kategoriyalari berilgan (12.1-

rasm).

Muhtojlik – kishini biron bir narsani yetishmasligini his etishidir.

Ehtiyoj – individ shaxsning madaniy darajasiga asosan maxsus shaklga muhtojlikdir.

Talab – bu xarid quvvatiga ega bo'lgan ehtiyoj.



12.1-rasm.

Marketingning asosiy kategoriyalari

Talab – mavjud, potensial hamda xohish talabga bo'linadi. Tovar – bu ehtiyojni yoki muhtojlikni qondira oladigan hamda bozorga e'tiborni tortish, sotib olish, ishlatish yoki iste'mol qilish maqsadida taklif etilgan barcha narsalardir.

Marketingni mohiyati iste'molchilar talabiga mos, tovarni ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish va unga talab, ishlab chiqarish imkoniyatlarini mo'ljallashdan iborat. Bunda faol marketingdan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi.

Marketing falsafiy ma'noda fikrlash tarzini mujassamlashtiradi. Umuman olganda, marketingga quyidagicha ta'rif berishimiz mumkin: marketing - ehtiyoj va muhtojlikni ayirboshlash orqali qondirishga qaratilgan inson faoliyatining turidir. Marketing vujudga kelishining asosiy sabablaridan biri bu ishlab chiqarish hajmining ortib borishi, yangi tarmoqlarning vujudga kelishi, tovar turlarining ko'payishi

va tadbirkorlar o'rtasida mahsulotni sotish muammosining vujudga kelishidir.

Marketing asosida bozorni har taraflama o'rganish yo'nalishlarining asosiylaridan quyidagilarni ko'rsatib o'tish zarur:

- talabni o'rganish;
- bozor tarkibini aniqlash;
- tovarni o'rganish;
- raqobat sharoitlarini tadqiq qilish;
- sotish shakli va uslublarini tahlil etish.

Marketing quyidagilarni o'rgatadi:

- bozorni o'rganishni;
- uni taqsimlashni;
- tovarlarni joylashtirishni;
- marketing siyosatini olib borishni;
- tovar siyosatini;
- narx siyosatini;
- taqsimot siyosatini;
- siljitish (yo'naltirish) siyosatini;
- yuksalish, qo'shimcha xizmatlarni (Plus) - (bunga marka, sotishdan keyingi xizmat, kafolat va texnik yordam, yetkazib berish, assortiment, shaxsiy iste'mol va boshqalarni kiritish mumkin).

Marketing korxonalarning bozorda ishlash uslubi, bozor metodologiyasi bo'lib, iste'molchilar va ularning talab istaklarini o'rganish, ularga mos tovarlar yaratish, narx belgilash, tovarlarni yetkazib berish, taqdim etish, sotish, xizmat ko'rsatishni uyushtirish usullari, vositalari, tartib-qoidalari majmui hisoblanadi. Bularning hammasi birinchi asosiy maqsadga talab bilan taklifni o'zaro muvofiqlashtirishga xizmat qiladi. Marketing tamoyillari marketing asosini va uning mohiyatini ochib beruvchi holat, talabdir.

Marketingni mohiyati – tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish albatta iste'molchiga, talab ishlab chiqarish imkoniyatlarini doimo bozor talabiga mo'ljallashtirishdan iborat. Marketing mohiyatidan quyidagi asosiy tamoyillar kelib chiqadi.

Marketingning asosiy tamoyillari:

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

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

- iste'molchilarga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni iste'molchi shohdir;

- istiqbolga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni sub'yekt faoliyati istiqbolga yo'naltirilgan bo'lishi zarur;

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

Marketing konsepsiyasining mazmuni uning funksiyalarini amalga oshirish orqali hal etiladi. Marketing funksiyalari quyidagi guruhlariga bo'linadi:

- ❖ marketing tadqiqotlari;
- ❖ mahsulot assortimenti ishlab chiqarish sohasini rivojlantirish;
- ❖ sotish va taqsimot funksiyasi;
- ❖ tovarni siljitish;
- ❖ narxni tashkil etish funksiyasi;
- ❖ marketing-menejment funksiyasi.

Marketing funksiyalari firmani boshqa funksiyalari, ya'ni ishlab chiqarish, kadrlar, moddiy texnika ta'minoti, moliyaviy, buxgalteriya hisobi funksiyalari bilan birga amalga oshiriladi.

Marketingning funksiyalari xo'jalik yurituvchi sub'yektlarning boshqa funksiyalaridan farqi shundan iboratki, marketing funksiyalari xo'jalik yurituvchi sub'yektlar, uning iste'molchilari, mijozlari o'rtasida ayirboshlash jarayonini amalga oshirish va tashkil etishga qaratilgandir. Shuning uchun ham marketing funksiyalari doimo o'zgarib boradigan ehtiyoj hamda talabni shakllanishi, yaratilishi va rivojlanishiga ta'sir etadi.

12.2. Tadbirkorlik faoliyatida bozor segmentasiyasining mohiyati va ahamiyati

Marketingni boshqaruv tizimida bozor segmentasiyasi muhim ahamiyatga ega va bozorda talabni o'rganish yoki marketologlar atamasi bilan aytganda «**iste'molchini tahlil etish**»- bozorlar holatini tahlil etishdagi birinchi bosqich hisoblanadi.

U uch tarkibiy qismga bo'linadi: *bozor segmentasiyasi; iste'molchi talabi sabablarini o'rganish; qondirilmagan yextiyojlarni aniqlash*. Bozor segmentasiyasi talabni qondirishga tabaqalangan holda yondashuvga, tovarlarning turi, sifati va miqdoriga ko'ra har xil talab qo'yadigan iste'molchilarni guruhlarga ajratishda turli mezonlar qo'llashga asoslanadi, ya'ni bozor bir jinsli hodisa tarzida emas, balki ayrim-ayrim segmentlar majmui tarzida, har bir segment doirasida alohida o'ziga xos bir talab namoyon bo'ladigan hodisa tarzida olib qaraladi.

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

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

Segmentlarga ajratish mezonlarini tanlash ko'p jihatlardan tovar yoki xizmatning turiga, shuningdek korxona bozor faoliyatida hal qilmoqchi bo'lgan masalaga bog'liq. Sanoat tovarlari va keng iste'mol tovarlari uchun tanlov mezonlari birbiridan juda keskin farq qiladi. Rejalashtirish yextiyojlariga juda mos keladigan maqbul mezon tovarni bozorda joylashtirish masalalariga umuman to'g'ri kelmasligi mumkin.

Mabodo muayyan mezon xaridorlar O'rtasida paydo bo'lgan farqlarni izohlab berishga imkon bermasa, unda boshqa mezonni kiritish va to bu farqlarni ravshan aniqlashga qadar tadqiqotlarni davom ettirish lozim.

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

- iste'molchilarni hoxish va talabini maksimal ravishda hisobga olish;

- tovarni (xizmatni) va xo'jalik yurituvchi sub'yektni raqobatbardoshligini ta'minlash;

- xo'jalik yurituvchi sub'yektni harajatlarini optimallashtirish;

- xo'jalik yurituvchi sub'yektni marketing strategiyasini samaradorligini oshirish;

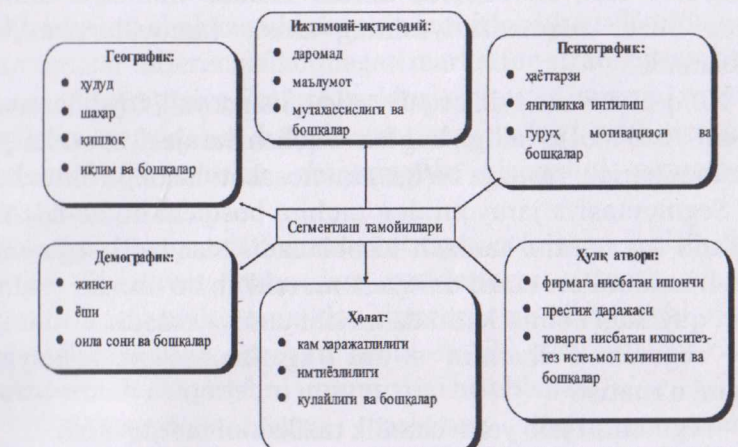
- raqobatchilardan xolis bo'lgan segmentlarga ketish.

Segmentlashning asosiy maqsadi bozordagi xatti-harakatlarni o'rganib, ularning obrazini (modelini) va kelajakdagi ehtiyoj talablarni tasavvur qilishdan iborat. Hozirgi raqobatda yutib chiqishning asosiy sharti yangi, yuqori sifatli tovar va kompleks servis texnika xizmatlarni hamda samarali sotish usullarini qo'llashdan iborat bo'lib qoldi. Ana shu talablar asosida marketing tadqiqotlarining ustuvor turi iste'molchilarni o'rganish va navbatida bozorni segmentlashdan boshlanadi, chunki bozor bir xil sub'yektlardan tashkil topgan emas.

Ichkarida segmentlashda segmentlash jarayoni keng iste'molchi guruhlar bilan boshlanib, keyin tovar yoki xizmatlarni oxirgi iste'molchilari klassifikasiyasiga bog'liqligiga qarab bosqichma-bosqich chuqurlashadi. Chuqurda segmentlash tor iste'molchi guruhlar (segmentlari) bilan boshlanib, keyin tovarni ishlatish va qo'llanish sohasidan bog'liqligiga qarab kengaytirishni nazarda to'radi.

Avvaldan segmentlash maksimal bozor segmentini o'rganishga mo'ljallangan marketing tadqiqotining boshlangich bosqichidir. Yakuniy segmentlash – bozor muhiti sharoitlari va firmaning o'z imkoniyatlarini tartibga solib o'tkazishdagi bozor tahlilini yakunlovchi bosqichidir.

Quyidagi rasmda bozorni segmentasiyalash mezonlari berilgan.



12.2-рasm.

Xaridorlarga qarab bozorni segmentasiyalash me'zonlari

Bozor segmentasiyasining tamoyillari quyidagilardir:

1. Geografik tamoyil;
2. Psixografik tamoyil;
3. Demografik tamoyil;
4. Xulq-atvor tamoyili;
5. Xolat tamoyili.

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

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

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

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

Segmentasiya jarayonining muhim bosqichi bo'lib bozorni maqsadli segmentini tanlash hisoblanadi. Maqsadli segmentni tanlash muammosi etarli darajada murakkab bo'lib, uni yechish uchun quyidagi ketma-ketlikda turishi tavsiya etiladi:

- segment o'lchamini va uni o'zgarish (o'sish, kamayish) tezligini o'rnatish

- segmentni jalb yetuvchanlik tuzilishini tadqiq etish

- o'zlashtirayotgan segment maqsadini va tashkilot resurslarini aniqlash.

Segment o'lchami uning miqdoriy o'lchamlari va birinchi navbatda sigimi bilan tavsiflanadi. Segment sigimini aniqlash uchun tovarlar hajmini, ushbu segmentda ularni umumiy sotish qiymati, bozor joylashgan tumanda yashovchi ushbu tovarning potensial iste'molchilari sonini aniqlash zarurdir.

O'zlashtirayotgan segment maqsadlariga erishish uchun zarur bo'lgan tashkilotning maqsad va resurslarini aniqlash strategik muhim ahamiyatga ega bo'lib, tashkilotni uzoq muddatli maqsadlariga mos holda joriy maqsadlari bilan amalga oshirish hamda shunga mos holda maqsadli bozorda ishlash uchun potensial imkoniyat resurslarini etarlimi yoki yo'qligini o'rnatish uchun zarurdir.

Buning uchun tavakkalchilikni hisoblash maqsadga muvofiq. Tashkilotning tavakkalchiligini hisoblash uchun maxsus marketing, konsalting kompaniyalarini taklif qilish mumkin.

Maqsadli segmentlarni tanlashda quyidagi strategiyalar ishlatilishi mumkin:

- differensiallanmagan marketing strategiyasi;

- differensiallangan marketing strategiyasi;
- konsentrlangan marketing strategiyasi.

Amaliyot shuni ko'rsatadiki, bozor munosabatlarini tiklanishi va shakllanishi davrida tadbirkorlik tuzilishida ko'plab korxonalar differensiallanmagan marketing strategiyasini ushlab turdi. Bu strategiya firmani xaridorlarni xarid jarayoni va tovarga bo'lgan munosabat hamda motivasiyasidagi turli-tumanlikka emas, balki xaridor ehtiyojlarida qiziqishni umumiyligiga mo'ljalni oladi.

Bunday tovarlar va marketing dasturlarini ishlab chiqish orqali firma o'z maqsadiga xaridorlarni o'rtacha massasini qondirib erishishi mumkin. Strategiyani ishlatuvchi firmalar muvaffaqiyatining muhim omili bo'lib standartlashtirishi va tovar ishlab chiqarishni umumiyligi hisoblanadi.

Differensiallanmagan marketing strategiyasi mahsulot ishlab chiqarish va sotishda kam xarajatlarni ta'minlaydi. Biroq X.Meffert ta'kidlaganidek, «bu strategiya zamonaviy marketing tamoyillariga qarama-qarshi turadi».

Marketingni zamonaviy konsepsiyasida ikkita strategiya ko'riladi:

- differensiallangan va konsentrlangan marketing strategiyasi.

Differensiallangan marketing strategiyasida firmadan uning faoliyatini bir necha segmentda ular uchun maxsus ishlab chiqarilgan tovarlar va marketing dasturlari bo'lishini talab qiladi. Bu strategiya xaridorlarning motivlari va tushunchalariga mos keluvchi marketing dasturi va xaridorlarga mo'ljallangan marketingni asosiy tamoyiliga mos keladi. Bu strategiya xaridorni bozordagi holatini to'liq ifodalaydi, shuning uchun, qoidaga ko'ra, yuqori sotish hajmini va konsentrlangan marketing strategiyasiga nisbatan kichik tavakkalchilik darajasini ta'minlaydi.

Differensiallangan marketing strategiyasi yuqori investisiya, ishlab chiqarish va boshqarish xarajatlarini talab qiladi, shuning uchun u yirik korxonalar uchun zarurdir.

Mahsulot differensiasiyasi – turli bozorga chiqishning keyingi imkoniyatidir. Bu birinchi navbatda tovar taqsimlashda diversifikasiya strategiyasini olib borishga asoslanadi. Konsentrlangan marketing strategiyasi korxonalardan bozorning foydani segmentiga, ya'ni bitta yoki bir necha segmentiga e'tiborni qaratishni talab qiladi. Bu bozor segmentiga firma bitta yoki bir necha mahsulot bilan hamda maqsadli marketing dasturi bilan yondoshadi.

O'z mazmuniga ko'ra bu strategiya bozor chuqurchasi konsepsiyasiga mos keladi, ya'ni shunday bozor segmentida ishlash kerakki, tovar ushbu firma va uning yetkazib berish imkoniyatlari uchun ko'proq mos keluvchi bo'lib hisoblanadi. Konsentrlangan marketing strategiyasi ko'proq kichik va o'rta korxonalar uchun mos keladi, chunki bozorning barcha segmentlarida ishlash uchun hamda qayta etarli moliyaviy vositalarni bo'lishi talab yetilmaydi.

12.3. Marketing tadqiqotlarining maqsadi va vazifalari

Marketing tadqiqotlarining asosiy maqsadi, uning vujudga kelish, shakllanish va rivojlanishning ob'yektiv sabablari, zarurati bilan belgilandi, xamda uning maqsadi nixoyatda kyeng va murakkab masalalarni xal qilishga karatilgandir. U ishlab chiqarishni xaridor ehtiyojiga moslashtirib, talab va taklifni muvozanatiga erishgan xolda, uni tashkil etgan korxona, tashkilotlarga yuqori foyda keltirishdir. Bunga erishish uchun marketing kuyidagi muhim vazifalarni xal etmogi lozim:

- xaridorlar (iste'molchilar) ehtiyojini o'rganish;
- tovarlarga bo'lgan ichki va tashki talablarni o'rganish;
- korxonaning faoliyatini xaridorlar ehtiyojiga moslashtirish;
- talab va taklif to'g'risidagi olingan ma'lumotlar asosida bozorni o'rganish;
- tovarlar reklamasini tashkil etish, xaridorlarni tovarlarni sotib olishga qiziqishini oshirish;
- tovar yaratuvchi yoki uni sotuvchi korxona tadqiqotlarini

amalgam oshirish uchun ma'lumotlar tuplash va tahlil qilish;

- tovarni bozorga chiqarishdagi barcha xizmatlar to'g'risida ma'lumotlar olish;

- tulduruvchi tovarlar va urnini bosuvchi tovarlar to'g'risida axborotlar yig'ish;

- tovarlarga bo'lgan talabni istiqbollash, ularni amalga oshirishni nazorat qilishdan iboratdir.

G.L.Bagiyeu va boshqalar - Zamonaviy marketing tadqiqotlari, tadbirkorlik tizimidagi axborot topish, to'plash, qayta ishlash va joriy hamda strategik qarorlar qabul qilish jarayoni1- deb ta'rif berganlar.

Marketing axborotlarini tizimli tahlil qilish, talab va taklifning taxminiy hisobini ishlab chiqishga imkon beradi. Busiz esa sotishning makbul darajasini belgilash mumkin emas. Bunday darajada odatda, minimum, maksimum oralig'ida hisoblab chiqiladi. Marketing maqsadiga erishishda reklama xam muhimdir.

Reklamaning vazifasi - mavjud bozor segmentini mustaxkamlash, yangi xaridorlarni jalb qilish, yangi bozorlar tashkil qilishdir. Marketing tizimida reklamaning asosiy xususiyati - uzluksiz ta'sir va doimiy yangilanishdir. Shu bilan birga xaridor psixologiyasi tovar va firma markasiga boglanib kolish xususiyati (imidj) ga ham egadir.

Marketing tadqiqotlarining eng muhim bosqichlaridan biri bo'lib bu - tadqiqot rejasini ishlab chiqish hisoblanadi. Bunda tadqiqot uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar va axborotlarni to'plash manbalari, uslublari, qurollari, tanlov o'tkazish tartiboti va rejalari tuziladi. Tadqiqot asoslanadigan ma'lumotlar va manbalardan bir necha marotaba tegishli sohalarda foydalanish, ularni qayta ishlash mumkin.

Tadqiqot rejasini ishlab chiqishda uslubiy jihatdan o'zaro bog'liqlik, aniqlik, takrorlanmaslik, davriy uzluksizlik ta'minlanishi lozim.

Tuzilgan reja malaiy jihatdan quyidagi savollarga javob berishlari lozim.

1. Qanday ma'lumotlar to'planishi kerak?

2. Ma'lumotlarni kim to'playdi?
3. Kim va nima xususida izlanish olib borishi lozim?
4. Ma'lumotlarni to'plashda qanday uslublar qo'llaniladi?
5. Ma'lumotlar qanday shaklda va qanday muddatlarda taqdim etiladi?
6. Ma'lumotlarni to'plash qachon va qayerda amalga oshiriladi.
7. Ma'lumotlarni to'plash uchun qanday harajatlar ko'zda tutiladi?

Ushbu savollarga javob topish asosida tadqiqot rejasining izchilligi, mazmunan va mantiqan bog'liqligi ta'minlanadi. Bu o'z navbatida tadqiqotning keyingi bosqichlarida sodir bo'lishi mumkin bo'lgan kamchiliklar va xatoliklarning vujudga kelishiga yo'l qo'ymaydi. Ma'lumotlarni to'plash bosqichi tasdiqlangan reja asosida amalga oshirilishi bilan bir qatorda texnik vositalar yordamida ularni qayta ishlash, tayinli artibga solish vazifasini ham bajaradi. Chunki jamlanadigan ma'lumotlar qayerda va qachon amalga oshirilishiga, ulardan samarali foydalanish imkoniyatlarini kengaytirishga katta e'tibor beriladi.

12.4. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati uchun marketing dasturini ishlab chiqish

Tor ma'noda marketing dasturi (biznes reja) hujjat bo'lib, korxonaning bozorda aniq faoliyat ko'rsatish tamoyilini ifodalaydi. Marketing dasturi kengroq ma'noda esa korxona imkoniyatlarini bozor talablariga moslashtirishga yo'naltirilgan tahlil, ryejalashtirish va nazorat qilish jarayoni deb qaraladi. Marketing dasturlari qisqa muddatli (bir yilgacha), o'rta muddatli (5 yilgacha) va uzoq muddatli (10 yilgacha va undan ko'proq) bo'ladi. Ular umumiy shaklda yoki korxonaning maxsus faoliyatlariga mo'ljallangan bo'lishi mumkin.

Marketing dasturi bu korxonani umumxo'jalik faoliyatini direktiv rejasini tuzish uchun strategik tavsiyanomadir va yuqori boshqarish bo'g'ini uchun qaror qabul qilishni asosidir.

Marketing dasturini asosiy mazmuni -bu korxonani o'tgan davrdagi faoliyat natijalari bo'lib, unda maqsadli bozorni rivojlanishini qisqa tahlili va bashorati, firmani rivojlanishini asosiy maqsadi, bozordagi xulq-atvorini strategik yo'li, tovar, narx, sotish va rag'batlantirish siyosatlarining chora-tadbirlarini, marketing tadqiqotlarini mazmuni, xarajatlar smetasi, marketing harakatlari samaradorligini oldindan baholash, marketing dasturini amalga oshirish bo'yicha nazorat chora-tadbirlari va harakatlari beriladi.

Marketing dasturini ishlab chiqarishda ko'p variantlilik tamoyillari ishlatiladi. Xizmatni tuzilishiga binoan marketing dasturini va rejasini bir necha varinatlari: ikki yoki uch, ya'ni minimal, optimal va maksimal turlari bo'ladi. Dasturni minimal varianti, dasturni og'ir (yomon) sharoitlarda rivojlantirishni, maksimal variantida esa yaxshi sharoitlarni rivojlantirishni ko'zda to'tadi.

Masalan, Yaponiya firmalari marketing dasturi va rejasini minimal variantini nazarda tutib, uni amalga oshirishda haqiqiy muvaffaqiyatga iqtisodiy va ijtimoiy hamda psixologik samarani olishni maqsad qilib erishadi. Shuningdek dasturni o'rtacha yoki optimal variantlari keng tarqalgan.

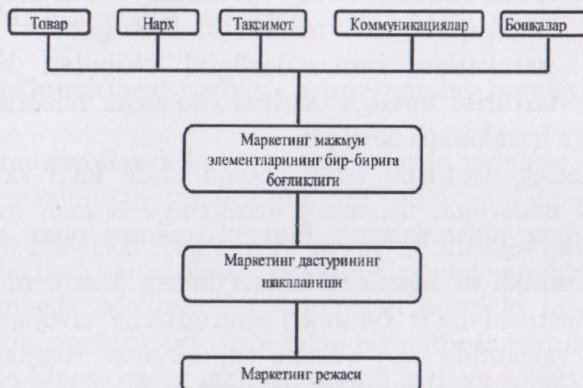
Quyidagi 12.3-rasmda marketing dasturi majmui jarayoni keltirilmoqda.

Firma turli marketing dasturlarini ishlab chiqadi, yo'nalishiga qarab markekting dasturi yuqori va pastki bo'g'in uchun bo'lishi mumkin.

. Agar dastur yuqori bo'g'in uchun bo'lsa, u qisqa va lo'nda tuzilgan bo'lishi lozim. Chunki unda muhim tomonlari ajratib ko'rsatiladi pastki bo'g'in uchun tuzilgan dasturlarda esa har bir savollar yoritilib beriladi.

Qamrab olayoigan vazifasiga qarab oddiy yoki maqsadli dasturlarga bo'linadi. Oddiy marketing dasturlari firmani ishlab chiqarish, sotish faoliyati bilan barcha funksiyalarni savollarini yechishga yo'naltiriladi. Maqsadli dasturda esa yangi mahsulot ishlab chiqarish yoki segmentni o'zlashtirish, firma siyosatini rag'batlantirish samaradorligini oshirish kabi muhim vazifalarni

amalga oshirishga qaratiladi. Ob'yecktiga bog'ligiga qarab marketing dasturlari mahsulotlar bo'yicha va ishlab chiqarish bo'limi bo'yicha bo'lishi mumkin.



12.3-rasm.
Marketing dasturi majmui

Ishlab chiqarish bo'limi bo'yicha marketing dasturi quyidagi maqsadga ega:

- tovarlar siyosatini hisobga olgan holda chiqarilayotgan mahsulotni zaruriy nomenklaturasini aniqlash;
- innovasiya bo'yicha qarorni asoslash;
- chiqarilayotgan mahsulot sifati va texnik darajasini oshirish bo'yicha qaror qabul qilish;
- tovar ishlab chiqarish tuzilishida har bir mahsulot ulushini o'rnatish;
- ishlab chiqarishni ustivor yo'nalishlari bo'yicha xarajatlarni umumiy hajmi va ularni tuzilishini hisoblash;
- moliyalashtirish manbalarini topish;
- ishlab chiqarishni moddiy va mehnat resurslari bilan ta'minlash;
- ishlab chiqarish va muomala xarajatlarini hisoblash;

- ishlab chiqarish samaradorligini aniqlash va foydani bashorat qilish.

Ishlab chiqarish bo'limi bo'yicha marketing dasturi firmaning to'liq ichki rejalashtirish va ishlab chiqarish rejasini hisobga oluvchi optimallashtirilgan ko'rsatkichlarni o'z ichiga olishi lozim. Shunday qilib, ishlab chiqarish bo'yicha marketing dasturi ishlab chiqarish bo'limining xo'jalik faoliyatini jami ko'rsatkichlari to'plamini tahlili asosida ishlab chiqilgan asosiy hujjat hisoblanadi.

Mahsulot bo'yicha marketing quyidagi maqsadlarga ega:

- ✓ mahsulotni optimal texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlarini ishlab chiqish;

- ✓ mahsulotni ishlab chiqish va sotish samaradorligini ko'p variantli hisob kitobini o'tkazish;

- ✓ yangi (takomillashgan) tovar ishlab chiqarish rentabelligini va zarurligini asoslash;

- ✓ chiqarilayotgan mahsulot hajmini natural va qiymat birligida belgilash;

- ✓ iste'molchilarni maqsadli bozorda ko'zlagan maqsadlarini hisobga olgan holda har bir tovar bo'yicha sifat ko'rsatkichlarini o'rnatish;

- ✓ har bir mahsulotni integral baholash (xarajatlari, narx va foydani solishtirish);

- ✓ maqsadli bozorda raqiblarning mavjud o'xshash tovarlarini hisobga olgan holda har bir tovar bo'yicha raqobatbardoshlik darajasini hisoblash.

Marketing dasturlarini ishlab chiqishda maqsadli yondashish uslubiga asosan korxonaning mo'ljallangan maqsadiga erishish va uni bajarilishini nazorat qilish resurslari va tadbirlari tizimi shakllantiriladi.

Korxona (firma)ning marketing dasturi (biznes rejasi) tarkibi quyidagichadir:

1. Korxonaning imkoniyatlari tahlili (holatli tahlil). Faoliyati, shart-sharoitlari resurslari, samarali natijaga erishish yo'nalishlari. Korxonaning ichki va tashqi muhitlarini solishtirish.

2. Rivojlanish maqsadlarini aniqlash.(Marketing sintezi). Ishlab chiqarish va ijtimoiy rivojlanishning ustuvor maqsadlari va bozorda foydaga erishish yo'llarini aniqlash.

3. Strategiyani ishlab chiqish.

Korxonaning moddiy, mehnat va moliya resurslaridan samarali foydalanishni ko'zlagan uzoq muddatli maqsadni aniqlash (bozor segmentlarini, marketing vositasini, bozorga kirish vaqtini va boshqalarni tanlash).

4. Rejani ishlab chiqish.

Ishlab chiqarish, moliya, baho, kadrlar, reklama, sotish va boshqalarni amalga oshirish xarajatlari va natijalarini rejalashtirish tizimi.

5. Nazorat qilish.

Strategik nazorat (tanlangan tamoyilni aniq bozor holatiga to'g'ri kelish). Yillik nazorat (rejadagi tadbirlar va xarajatlarning bajarilishi), foyda olish darajasi nazorati.

Nazorat va mulohaza uchun savollar:

1. Marketing tushunchasini mazmuni nimadan iborat?
2. Marketing tushunchasini tadbirkorlik tushunchasi bilan bog'liqligi va farqi nimadan iborat?
3. Marketingni maqsadi nimadan iborat?
4. Marketingni maqsadi nimada?
5. Bozorni segmentlash deganda nimani tushunasiz?
6. Bozornisegmentlashni qanday turlarini bilasiz?
7. Maqsadli segmentni tanlash deganda nimani tushunasiz?
8. Marketing tadqiqotlari qanday tashkil etiladi?
9. Marketing tadqiqotlarining qanday turlarini bilasiz?
10. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida marketing dasturini ishlab chiqish ketma-ketligi nimadan iborat?

GLOSSARIY

AGENT - boshqa bir shaxs nomidan, uning topshirig'iga binoan, bitimlarga oid hujjatlarga uning nomidan imzo qo'yishga haqqi bo'lmagan holda ma'lim bir ishlarni bajaruvchi, jismoniy yoki xukukiy shaxs.

AGENTLIK BITIMI - odatda, yozma ravishda tuziladi.

AKTIV - buxgalteriya balansining bir qismi bo'lib, korxonaning ma'lum bir sanadagi pulda ifodalangan mablag'i, ularning tarkibi va joylashishi.

AKSIYALAR - aksiyadorlik jamiyati tomonidan chiqariladigan va egasiga aksiyadorlik jamiyatining foydasidan ma'lum bir daromad (dividiyent)ni olish huquqini bkruvchi qimmatbaho qog'ozlar.

BANK DEPOZITLARI - kredit hisobiga yoki bankka (boshqa valyuta) ekvivalent miqdordagi to'lov to'langanligi asosida, bankdan ma'lum bir miqdordagi pulni olish huquqini beruvchi qo'yilmalar.

BARTER BITIMI - to'g'ridan-to'g'ri, pul ishtirokisiz, tovarni tovarga ayiriboshlash. Ichki bozorda va xalqaro savdoda (valyutasiz ayiriboshlash) amalga oshirilishi mumkin.

BEGONA QILISH - fuqarolik huquqida mulkni boshqa shaxs ixtiyoriga o'tkazish.

BIZNES REJA - sizning loyihangiz/bozoringizni chuqur o'rganishni aks ettiruvchi hujjat; ishlar rejasi va moliyaviy reja.

BITIM - savdo to'lovlari, kredit operasialari va h.k. bo'yicha shartnoma.

BOJ - tegishli davlat yoki boshqa organlar tomonidan, ular ma'lum bir funksiyalarni bajarayotganda undiriladigan, ushbu mamlakat qonunlarida ko'zda tutilgan, pul yig'imi.

BOJLARDAN TOZALOV-boj haqi va yig'imlarini to'lash hamda bojxona hujjatlarini rasmiylashtirish jarayoni.

BOZOR IMKONIYATLARI-ma'lum bir vaqt davomida u yoki bu bozor segmenti bilan sotib olinadigan yoki iste'mol qilinadigan tovarlarning mutloq yoki nisbiy hajmi.

BUKLET - sizning faoliyatingiz va kompaniyangiz haqida qisqacha ma'lumot beruvchi reklama vositalaridan biri.

BUYURTMALAR PORTFELI – korxonada ma'lum bir sanaga mavjud va bajarilishi kerak bo'lgan buyurtmalar yig'indisi.

DEBIT - xukukiy yoki jismoniy shaxs bilan xo'jalik munosabatlarida olinishi yoki to'lanishi kerak bo'lgan pul miqdori. Aktivda debit inobatga olinmayotgan pul miqdorlarining o'sishini; passivda-kamayishini bildiradi.

DEVALVASIYA - xalqaro valyuta birliklariga, boshqa mamlakatlarning valyutalariga nisbatan milliy yoki xalqaro pul birligi kursining pasayishi.

DEPOZIT - kredit muassasasiga saqlash uchun mo'ljallab qo'yilgan pul mablag'lari yoki qimmatbaho qog'ozlar.

DIVIDEND - sof foydaning (barcha kreditorlar bilan hisoblashib va soliqlarni to'lab bo'lgandan keyin) dividend egalari o'rtasida, ularning ulushlariga qarab taqsimlanadigan qismi.

DILER - qimmatbaho qog'oz, tovar va valyutalarini oldi-sotdi savdo bitimlarida vositachi hisoblangan shaxs yoki firma.

IMTIYOZLI AKSIYALAR - dividiyentlar qayd etilgan aksiyalar; ular oddiy aksiyalarga nisbatan dividiyentlarni talab etishda afzallikka egalari; oddiy aksiya egalari, imtiyozli aksiya egalari dividiyentlarini to'la olmaganlaricha, dividiyent ola olmaydilar.

INVALIDASIYA - bekor qilish, qonuniy kuchidan mahrum qilish.

INVENTARIZASIYA - birlashma, korxona, tashkilot, muassasa balansida hisobda turgan boyliklarni borligini, saqlanganligini, to'g'ri saqlanishini, vositalarni olish huquqi va majburiyatlarini, ombor xo'jalik faoliyatini, hisobga qo'yishni realliligini davriy tekshirish.

INVESTISIYA - sarmoyani, biror-bir xukukiy mustaqil korxonaga uzoq muddatga yo qo'shimcha foyda olish maqsadida, yo egalik qilish maqsadida, bu sohada o'z operatsiyalarini tashkil qilishga qaraganda bunday mablag' kiritish qulay va foydali bo'lganligi uchun, kiritish.

INNOVASIYA - 1. Texnika va texnologiyalar avlodini yangilashni ta'minlovchi, iqtisodiga kiritilgan mablag'.

2. Ilmiy-texnika rivojlanishining yutug'i hisoblangan yangi texnika, texnologiya. Ixtirochilikni rivojlantirish, ilk va yirik kashfiyotlarning qilinishi innovasiyaning sezilarli omili hisoblanadi.

INFRATUZILMA - yo'l, aloqa, transport, ta'lim, sog'liqni saqlash hosil bo'lishini ta'minlovchi ishlab chiqarish va noishlab chiqarish sohalar majmuasi.

IPOTEKA - qo'zg'almas mulk garovi; bu garov mulkni kreditorga topshirilmagan holda amalga oshiriladi.

KAFILLIK-kafillik beruvchini boshqa shaxs (qarzdor) kreditori oldida bu qarzdorlik majburiyatlarni bajarishga to'la yoki qisman javob berishi kafolatlari.

KVOTALASH - tovar ishlab chiqarish, eksport va importni chegaralash; bu davlat va holqaro organlar tomonidan, ma'lum bir muddatga, ayrim tovarlarga miqdoriy yoki narx cheklanishlari ko'rinishida kiritiladi.

KONSALTING - maxsus korxonalarning, ishlab chiqaruvchilar, sotuvchilar va haridorlarni korxona, firma, tashkilotlarning iqtisodiy, shu jumladan tashqi iqtisodiy sohadagi, faoliyatlari bo'yicha savollar bo'yicha maslahatlar berish faoliyati.

KONTRAFAKSIYA-firmalarni boshqalarning tovar belgilaridan foydalanishi.

KORXONANING TASHKILIY-HUQUQIY SHAKLLARI - davlat korxonasi, yakka (oilaviy) xususiy korxona, to'la hamkorlik, aralash hamkorlik, aksiyadorlik jamiyati, cheklangan mas'uliyatli hamkorlik;

LIZING - maxsus lizing kompaniyasi vositachiligida asosiy fondlarga maxsus shakldagi kapital qo'yimlarini moliyalashtirish. U uchinchi shaxs uchun ma'lum bir tovarga mulkchilik egaligini olib beradi va bu shaxsga uni qiska, o'rtacha hamda uzoq muddatli davrga ijaraga beradi.

LISENZIYA - hukumat tomonidan vakolatli davlat xokimiyat organlari tomonidan, tovarlarning maxsus ro'yxati bo'yicha, tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish uchun beriladigan ruxsatnoma.

LOGOTIP - firmaning (yoki ushbu firma tovarlari guruhining) to'la yoki qisqartirilgan nomini, maxsus ishlab chiqilgan, original yozuvi.

MARKETING - qarorlari bozor munosabatlari uchun mo'ljallangan holda qabul qilinadigan korxona strategiyasining shakli. Korxona rahbarligi mijozlarning ehtiyojlarini qondirish orqali korxona o'z maqsadiga erishishi shaklida tashkil qilinadi.

MIKROKREDIT-kreditning shakllaridan biri bo'lib, milliy valyutada uning miqdori quyidagi o'lchamlardan ortmasligi kerak:

- Xukukiy shaxs tashkil qilmay o'zx faoliyatini amalga oshiruvchi yakka tadbirkorlar va dehqon xo'jaliklari uchun 5000 ming AQSH dollariga ekvivalent miqdorda;

- O'z faoliyatini xukukiy shaxs tashkillantirib amalga oshiruvchi, dehqon va fermer xo'jaliklari, mikrofirmalar hamda kichik korxonalar uchun 10000 ming AQSH dollariga ekvivalent miqdorda;

MOLIYA YILI - uning davomida tasdiqlangan byudjet amal qiladigan davr.

NOU-XAU - tijorat qimmatiga ega bo'lgan, ishlab chiqarish va kasbiy faoliyatda qo'llaniladigan texnik, tijorat, boshqaruv, moliyaviy tavsifdagi, patent bilan himoyalangan, texnik bilim hamda amaliy tajribalar.

ODDIY AKSIYALAR - bu aksiyalarning egalari aksiyadorlik jamiyatining mulkdori hisoblanadi, kompaniya olgan foydaga qarab dividiyent olishga huquqiga ega bo'ladi; hal qiluvchi ovoz huquqi bilan aksiyadorlik jamiyatining majlislarida qatnasha oladi; kompaniyaning rahbarlik lavozimlariga saylana oladi; korparasiya tarqatilib yubrilgan taqdirda mulkning bir qismiga ega bo'ladi.

RAQOBAT - bozorda o'z mahsulotini sotish, haridorlarning turli ehtiyojlarining esho' yahshi imkoniyatlarini ta'minlash maqsadidagi, korxonalar o'rtasidagi o'zoro aloqa, o'zoro tasir va kurashning iqtisodiy jarayoni.

REZIDENT - ushbu mamlakatda soliq huquqida doimiy bo'ladigan (yashaydigan) shaxs.

REKVIZITLAR - amaldagi qoida va qonunlar bilan ko'zda tutilgan hujjat yoki bitib tarkibidagi majburiy formal elementlar yig'indisi. Rekvizitsiz hujjatlar operatsiyani amalga oshirish uchun asos bo'la olmaydi.

SAVDO MARKASI (RUSUMI) - savdo korxonalari o'zlari realizasiya qilayotgan buyumlarda joylashtirish huquqiga ega bo'lgan, ularning buyurtmasiga binoan tayyorlangan, original rasmiylashtirilgan farqlovchi belgi; grafik tasvir, raqam, harf, so'zlarning o'ziga xos birikmasi, original qadoqlash.

SALDO - ma'lum bir vaqt oralig'ida kirim va chiqimlar o'rtasidagi farq.

SEGMENT - o'zlarining o'ziga xos ehtiyojlari bilan mijozlar guruhi. Bitta tovar yoki xizmat, ehtiyojga qarab, mijozlarning turli guruhleri tomonidan turlicha baholanadi. Bu guruhlarni aniqlash kerak va ularning o'ziga xos ehtiyojlarini tushunish kerak.

SERTIFIKAT - O'zbekiston Respublikasi Davlat standartidan yoki uning hududiy organlaridan (standartlashtirish va metrologiya markazlaridan), chet eldan keltirilayotgan belgilangan guruhdagi tovarlar uchun ularning milliy standartlarga mosligiga guvohlik berish uchun, olinadi.

SUPERMARKET - o'z-o'ziga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan, kundalik ehtiyoj (ko'pincha oziq-ovqat mahsulotlari) mollari savdosiga ihtisoslashgan, yirik do'kon. Bu do'konlar avvallari "Universam" deb nomlanar edi.

SUG'URTA - ma'lum bir voqealar (sug'urta vaziyatlari)da jismoniy va xukukiy shaxslarning mulkiy manfaatlarini pulli fondlar hisobiga himoyalash bo'yicha iqtisodiy munosabatlar tizimi.

TANNARX - mahsulot ishlab chiqarish va uni sotish xarajatlarining pul ko'rinishida ifodalangan yig'indisi.

TASHKILIY TUZILMA - maqsadga samarali erishishni ta'minlash uchun shunday tashkil qilingan boshqaruv va funksional soha bosqichlarining mantiqiy nisbati.

TENDER - bozorda jihoz sotib olish yoki kompleks ob'ektlar qurish uchun bajaruvchilarni jalb etish, boshqa ishlarni bajarish (maslahat, qurilish, texnologik, kompleks xizmat ko'rsatish) maqsadida buyurtmalar joylashtirishning tanlov shakli. Tanlov shartlari avvaldan e'lon qilinadi.

TIJORAT SIRI - ishlab chiqarish, savdo va moliya operatsiyalari hamda uning hujjatlarining barchasini qat'iy sir ekanligini ta'kidlovchi kontrakt sharti.

TIJORAT SIRI - ishlab chiqarish, texnologik, savdo, moliya va boshqa xo'jalik operatsiyalari hamda ular bo'yicha barcha hujjatlashtirishlarni sir saqlashga, qonun tomonidan himoya qilinadigan, korxona huquqi.

TOVAR BELGISI VA XIZMAT KO'RSATISH BELGILARI - turli ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilarning bir turli tovar hamda xizmatlarini farqlantiruvchi simvollar va shartli belgilar.

TOVAR BELGISI - tovarga berilgan, belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tkazilgan belgilash; u rasm, ma'lum bir harflar birikmasi, sonlardan iborat.

TO'LOVNI KECHIKTIRISH - qarzдорlikni uzishning o'ziga xos usuli bo'lib, bunda qarzдорlikning to'liq miqdorda to'lanishi, shartnomada ko'zda tutilganidan ko'ra, kechroq muddatga suriladi.

ULGURJI SAVDO - tovar (xizmat)larni qayda sotish yoki kasbiy foydalanish maqsadida ko'p sonli miqdorda sotib olish faoliyati. U ishlab chiqaruvchilarga o'z tovarlarini, joylarda iste'molchilar bilan kam muloqotda, sotish imkonini beradi.

FIRMANING LIKVIDLIGI - firmaning o'z qarz majburiyatlarini muddatida to'lay olish qobiliyati. Bu qarz hamda likvit mablag'lar miqdoriga bog'liq.

FORS-MAJOR - shartnomani bajarmaganlik uchun mulkiy javobgarlikdan ozod qiluvchi, avvaldan ko'zda tutilmagan va bartaraf etib bo'lmaydigan favqulotda vaziyatlar.

FRANCHAYZING - savdo markasidan qo'llanish, biznesni boshqarish huquqini, shu huquqlar egasi (franchayzer) tomonidan foydalanuvchi (franchayzi)ga berilishi.

XOLDING - turli kompaniyalarning aksiya nazorat paketlarini, ularning faoliyati ustidan nazorat o'rnatish hamda foyda ko'rish maqsadida, sotib olish ko'rinishidagi tadbirkorlik turi. Xolding yirik sarmoyalarni talab etadi, shuning uchun, odatda, bir necha jismoniy yoki xukukiy shaxslar mablag'larini birlashtirish asosida amalga oshiriladi.

EMBARGO - biror bir mamlakat bilan savdo munosabatlarini taqiqlash.

YARMARKA - ma'lum bir davr davomida bir joyda amal qiluvchi tovar namunalarining ko'rgazmasi.

Test savollari

1. Kichik tadbirkorlik subyektlari huquqiy maqomi qaysi huquqiy hujjatda belgilab berilgan:

A) "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida"gi qonunda.

B) "Xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyatining shartnomaviy huquqiy bazasi to'g'risida"gi qonunda.

S) Fuqarolik kodeksida

D) "Fermer xo'jaligi to'g'risida"gi qonunda

2. Chet ellik investorlar O'zbekiston Respublikasi hududiga investitsiyani qanday yo'llar bilan kiritish oladilar

A) O'zbekiston Respublikasining yuridik va jismoniy shaxslari bilan birgalikda taklif etilgan xo'jalik jamiyatlari va shirkatlarining banklar, sug'urta tashkilotlari ustav jamg'armalarida va boshqa mol-mulkida ulush qo'shib qatnashish.

B) O'zbekiston Respublikasining faqat yuridik shaxslari bilan birgalikda taklif etilgan xo'jalik jamiyatlari va shirkatlarining banklar, sug'urta tashkilotlari ustav jamg'armalarida va boshqa mol-mulkida ulush qo'shib qatnashish.

S) Chet ellik investorlarga to'liqqarashli bo'lgan xo'jalik jamiyatlari va shirkatlarini faqat 2 yillik muhlatda tashkil etish

D) Davlat budjetining 50 foizini shakllantirish orqali.

3. Tadbirkorning javobgarligi oid yangi choralarni belgilaydigan qonun hujjatlarining rasmiy e'lon qilingan kundan e'tiboran kamida uch oy keyin kuchga kirishi qaysi kafolatda mustahkamlangan

A) Tadbirkorlik faoliyati subyektlari uchun noqulay bo'lgan qonun hujjatlaridagi o'zgartishlardan kafolatlar

B) Pul mablag'larini tasarruf etish kafolatlari

S) Tadbirkorlik faoliyati erkinligining konstitutsiyaviy kafolatlari

D) Tadbirkorlik faoliyati subyektlarining tashqi iqtisodiy faoliyat erkinligi kafolatlari

4. Tadbirkorlik subyektlari to'g'ri ko'rsatilgan qatorni toping

A) MChJ, AJ, Holding, Xususiy korxona

B) MChJ, AJ, Davlat xizmatlarini ko'rsatish markazi

S) Siyosiy partiya, Prokuratura, Sud

D) Barcha subyektlar vaziyatga qarab tadbirkorlik subyekti bo'lishi mumkin

5. AJ ustav fondining eng ko'p miqdori qancha?

A) Bunday miqdor belgilanmagan

B) Eng kam oylik ish haqining 10 baravaridan kam emas

S) To'rt yuz ming AQSh dollari ekvivalenti miqdorida

D) Eng kam oylik ish haqining 40 baravaridan kam emas

6. MChJ ustav fondi eng ko'p miqdori qancha?

A) Unday miqdor belgilanmagan

B) Eng kam oylik ish haqining 10 baravaridan kam emas

S) Eng kam oylik ish haqining 40 baravaridan kam emas

D) To'rt yuz ming AQSh dollari ekvivalenti miqdorida

7. Davlat boshqaruv organlari va davlat hokimiyati mahalliy organlari chet ellik investorlarning xo'jalik faoliyatiga aralashishga

A) haqli emas

B) haqli

S) ayrim hollarda hakli

D) Faqat bir marta

8. Aksiyadorlik jamiyatining ta'sis hujjati bu...

A) Jamiyat ustavi

B) Jamiyat aksiyadorlari umumiy yig'ilish bayonnomasi

S) Jamiyat nizomi

D) Jamiyat kelishuv shartnomasi

9. Tadbirkorlik faoliyati (tadbirkorlik) belgilari to'g'ri ko'rsatilgan javobni aniqlang.

A) Qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan, tashabbuskor faoliyat

- B) Daromad olishga qaratilgan har qanday faoliyat
S) Tadbirkorning faqat o'z mulkiga asoslangan qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan faoliyat
D) Tadbirkorning o'z mulkiy javobgarligiga asoslangan har qanday faoliyati

10. Muvaqqat boshqaruvchini kim tayinlaydi?

- A) kreditorlar yoki bankrotlik to'g'risidagi ishlar bo'yicha davlat organi taklif etgan nomzodlar orasidan iqtisodiy sud tomonidan tayinlanadi;
B) prokuror tomonidan;
S) kreditorlar tomonidan ko'pchilik ovoz bilan tayinlanadi;
D) hokimiyat tomonidan

11. Xo'jalik shartnomasining oddiy yozma shakliga rioya etmaslik qanday huquqiy oqibatni keltirib chiqaradi?

- A) uning haqiqiy emasligiga olib keladi;
B) shartnoma yuridik kuchga ega bo'ladi;
S) mazkur shartnoma sud tartibida bekor qilinadi;
D) Shartnoma summasini istagan paytda o'zgartiris mumkin bo'ladi

12. Xo'jalik shartnomasining shakli

- A) Yozma
B) Og'zaki va yozma
S) Taraflarning kelishuviga ko'ra aniqlanadi
D) og'zaki

13. Bankrotlik ishida e'lon qilish uchun yuborilgan sud hujjatlari to'g'risidagi ma'lumotlarni e'lon qilish muddatlarini ko'rsating.

- A) 3 kun.
B) 5 kun.
S) 7 kun.
D) 10 kun.

14. Qarzdorlar yuridik shaxsning bankrotligi to'g'risidagi ish ko'rilayotganda qo'llaniladigan taomillar sonini ko'rsating.

A) 5 ta.

B) 4 ta.

S) 6 ta.

D) 2 ta.

15. Tomonlar o'rtasida kelishuv bitimi imzolangan paytdan e'tiboran necha kun ichida iqtisodiy sudga kelishuv bitimi tuzilganligini tasdiqlovchi ariza taqdim etilishi kerak?

A) 5 kun.

B) 3 kun.

S) 7 kun.

D) 10 kun

16. Tovar belgilarini va tovar kelib chiqqan joy nomlarini muhofaza qilish sohasidagi vakolatli davlat organini aniqlang?

A) O'zbekiston Respublikasining Intellektual mulk agentligi

B) O'zbekiston Respublikasining Vazirlar Mahkamasi

S) O'zbekiston Respublikasining Davlat Soliq qo'mitasi

D) O'zbekiston Respublikasining Markaziy Banki

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. С. В. Комлева. Предпринимательство в физкультурно-оздоровительной сфере: учебное пособие / С. В. Комлева. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2019.
2. A.Abdullayev, Sh.A.Mamatqulov, X.A.Aybeshov. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik: tashkil etish, rejalashtirish, boshqarish. Andijon – 2019.
3. Z. Xudoyberdiyev, K. Xomitov, A. Murodov, F. Muxamedov, M. Temirov, P. Saidxodjayev. Tadbirkorlik va biznes asoslari. O'quv qo'llanma. 6-nashr. -T.: „ILM ZIYO“, 2014 - 342 b.
4. M.Boltabayev, M.Kosimova, Sh.Ergashxodjayeva, B.G'oyibnazarov, A.Samadov, Sh.Otajonov. Kichik biznes va tadbirkorlik:- T.:Iqtisodiyot, 2012, 289 bet.
5. Станковская И. «Основы предпринимательства и бизнеса» Учебник. Санкт-Петербург – 2012.
6. Dadaboyev Y. “Tadbirkorlik va biznes asoslari” Darslik. “Sharq” Toshkent 2011.
7. M.Boltabayev, M.Kosimova, Sh.Ergashxodjayeva, B.G'oyibnazarov, A.Samadov, R.Xodjayev. Kichik biznes va tadbirkorlik: O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi. - T.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. - 280 bet.
8. M.S.Qosimova, Sh.J. Ergashxodjayeva, A.N. Samadov, I.B.Sharipov. Kichik biznes va tadbirkorlik. O'quv qo'llanma. - T.: 2010, – 256 bet.
9. M. Xadayev va va boshqalar. Biznes va tadbirkorlik asoslari. Shveysariya rivojlantirish va hamkorlik agentligining “Kasbiy ko'nikmalarni rivojlantirish” loyihasi (2 bosqich). Toshkent – 2009.
10. A. Abdullayev va boshqalar. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik: tashkil etish, rejalashtirish, boshqarish. T., “Fan va texnologiya” nashriyoti, 2005 y., 444 b.
11. Leshenko B.A., Matmurodov F.M. , Bekbasova A.A . Tadbirkorlik faoliyatini boshqarish asoslari. O'quv qo'llanma. TAQI, 2004 y 104 bet.

12. “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli Farmoni.

13. Mirziyoyev Sh.M. “Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz” – Toshkent: “O‘zbekiston” NMIU 2017 – 488 b.

14. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Har bir oila - tadbirkor” dasturini amalga oshirish to‘g‘risida”gi Qarori. Toshkent sh., 2018-yil 7-iyun, PQ-3777-son

15. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Yoshlar tadbirkorlik klasterlarini tashkil etishga doir tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori Toshkent sh., 2017-yil 16-oktyabr, 834-son.

Internet saytlar:

16. www.gov.uz - O‘zbekiston Respublikasi xukumat portali

17. www.soliq.uz - O‘zbekiston Respublikasi soliq qo‘mitasi portal.

18. www.lex.uz - O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.

19. www.mf.uz - O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi.

20. www.ziynet.uz - O‘zbekiston Respublikasi Ta’lim portali

21. www.customs.uz - O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi huzuridagi Bojxona qo‘mitasi.

22. www.stat.uz. - O‘zbekiston Respublikasi Prezident huzuridagi Statistika agentligi.

**Tillyaxodjayev
Azizxon Aloxonovich**

SPORTDA TADBIRKORLIK FAOLIYATI

O'quv qo'llanma

*Muharrir: S. Abdunabiyeva
Badiiy muharrir: K. Boyxo'jayev
Kompyuterda sahifalovchi: B. Muxtorov*

shr. List. AA № 205405
Bosishga ruxsat etildi: 15.04.2024-yil.
Bichimi 60x84 1/16. Ofset qog'ozi.
"Georgia" garniturası.
Shartli b/t 15.4 Nashr hisob t 15.7
Adadi 20 dona. 10-buyurtma
"MAKON SAVDO PRINT" X K. nashriyotida tayyorlandi.
Toshkent shaxri , Shayxontohur tumani, Jangoh MFY, Jangoh Mavzesi, 37-uy.
«DAVR MATBUOT SAVDO» bosmaxonasida chop etildi .
100198, Toshkent, Qoyliq 4 mavze, 4

ISBN 978-9943-9080-0-0



9 789943 908000