

Halim HAMROYEV

TADBIRKORLIK ASOSLARI



65.5(50')09

№ 25 O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI

Halim Rajabovich Hamroyev

TADBIRKORLIK ASOSLARI

*Kasb ta'limi (iqtisodiyot)
yo'nalishi talabalari uchun o'quv qo'llanma*

“YANGI NASHR” NASHRIYOTI
TOSHKENT – 2010



UDK: 33(070)

65.9(50*)09

N25

O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan o'quv qo'llanma sifatida tavsiya etilgan.

Taqrizchilar:

iqtisod fanlari doktori, professor, SISI, M. Q. Pardayev;
iqtisod fanlari doktori, professor, BuxDU, B. N. Navro'zzoda;
iqtisod fanlari nomzodi, professor, SISI, R. G. Ibrohimov;
iqtisod fanlari nomzodi, dotsent, SISI, B. A. Abdukarimov.

Hamroyev, Halim Rajabovich.

Tadbirkorlik asoslari: kasb ta'limi (iqtisodiyot) yo'nalishi talabalari uchun o'quv qo'l. H. R. Hamroyev; O'zbekiston Respublikasi oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi. – T.: Yangi nashr, 2010. – 360 b.

BBK 65.5(50*)09

O'quv qo'llanmada O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish, qo'llab-quvvatlashning nazariy, huquqiy, ijtimoiy-iqtisodiy asoslari hamda taraqqiyot yutuqlari, muammolari va istiqbolari yoritilgan.

Qo'llanma oily o'quv yurtlarining iqtisodiyot (tarmoqlar bo'yicha) va kasbiy ta'lim (ijtimoiy-iqtisodiy soha) o'quv yo'nalishlari talabalariga mo'ljallangan. Shuningdek, undan tadbirkorlik va biznes asoslari o'qitiladigan boshqa o'quv yo'nalishlari talabalari va kollejlar o'quvchilari, tadbirkorlik tuzilmalari va infratuzilmasi mutaxassislari, tadbirkorlar ham foydalanishlari mumkin.

ISBN-978-9943-330-70-2

© "YANGI NASHR" nashriyoti, 2010 yil

O'QUV QO'LLANMANING XUSUSIYATLARI TO'G'RSIDA

Mazkur qo'llanma tadbirkorlik asoslari bo'yicha oldin chiqarilgan o'quv adabiyotlaridan o'zining bir qator xususiyatlari bilan farq qiladi. Uning asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat:

1. O'quv qo'llanma lotin alifbosida yozilgan.
2. Qo'llanmaga keyingi yillarda respublikada tadbirkorlikni yanada rivojlantirish va qo'llab-quvvatlashni takomillashtirish bo'yicha qabul qilingan yangi me'yoriy-huquqiy hujjatlar – O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan qabul qilingan qonunlar va qarorlar, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmonlari va qarorlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari va shu qarorlar bilan tasdiqlangan nizomlardan kelib chiqadigan o'zgarishlar kiritilgan.
3. Qo'llanmaga tadbirkorlik asoslariga oid muammolarni to'liqroq, kengroq qamrab olish maqsadida ayrim yangi mavzular, paragraflar kiritilgan.
4. Qo'llanmada materiallarni talabalar tomonidan o'qish, o'zlashtirish, bilish jarayonlarining mantiqiy izchilligiga muvofiq joylashtirishga harakat qilingan.
5. Bir qator masalalar bo'yicha muallifning o'z fikr-mulohazalari, qarashlari berilgan.
6. Ayrim masalalarni tahlil qilish va yoritishga o'ziga xos yondashuvlar shakllantirilgan va qo'llanilgan.
7. Talabalarning mustaqil o'qishlari va yoritilayotgan masalalarni yaxshiroq o'zlashtirishlariga ko'maklashish maqsadida har bir mavzu bo'yicha qisqacha xulosalar, test topshiriqlari va tayanch iboralar izohli lug'ati berilgan.
8. Materiallarni o'zlashtirishni osonlashtirish uchun ularni oddiyroq gnoseologik, pedagogik, psixologik, grammatik shakllarda va tilda bayon etishga harakat qilingan.

9. Adabiyotlar ro'yxati yangi adabiyotlar bilan to'ldirilib, to'liqroq holatda berilgan.

Bu yerda shuni ham aytib o'tish lozimki, tadbirkorlik sohasida va o'quv jarayonlarida keyingi paytlarda yuz bergan o'zgarishlar adirkorlik asoslari fani namunaviy o'quv dasturini jiddiy qayta ko'rib chiqishni taqozo etmoqda.

KIRISH

Tadbirkorlik! Bu hodisa va tushuncha bir qarashda juda oddiy, hammaga ravshandek tuyuladi. Haqiqatan esa, u juda murakkab, ko'pqirrali va, buning ustiga, fundamental ijtimoiy-iqtisodiy hodisadir. Tadbirkorlik ideologi hisoblangan Y. Shumpeter: tadbirkorlikni barcha turdagi ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarga xos hodisa bo'lib, ularning nafaqat tarkibiy qismi, balki iqtisodiyotni harakatlantiruvchi kuch, deb ta'kidlab o'tgan. Tadbirkorlik O'zbekiston ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida hamda jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi salbiy ta'sirini yumshatish va oqibatlarini bartaraf etishda shunday kuch ekanligini namoyon etmoqda va yetakchi sohaga aylanmoqda. Mamlakatda 2008- yilda yaratilgan yalpi ichki mahsulotning 48,2 foizi, ish bilan band bo'lgan aholining 76 foizi, aholi daromadlarining 70 foizi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasiga to'g'ri keladi, 2010-yilda uning yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 50 – 52 foizga yetkazish ko'zda tutilgan¹. Lekin hali tadbirkorlikning barcha qirralari va funksional xossalari yetarli darajada o'rganilmagan va natijada uning imkoniyatlari to'liq safarbar etilmagan. Demak, tadbirkorlik asoslari fani oldida ulkan vazifalar turibdi. Bunday vazifalarni umumlashtirgan holda quyidagicha ifodalash mumkin:

1) nazariya sohasida: tadbirkorlik hodisasini kengroq va chuqurroq tadqiq qilish, uning fundamental funksional xossalarini aniqlab, yaxlit nazariy modelini shakllantirish;

2) uslubiyot sohasida: hozirda shakllangan va qo'llab kelinayotgan nazariy-amaliy tadqiqotlar uslubiyotini yangi va mavjud samarali usullar, yondashuvlar bilan boyitish va jiddiy takomillashtirish;

3) amaliyot sohasida: yangi nazariy-uslubiy yondashuvlar bilan boyitilgan mukammal uslubiyot yordamida tadbirkorlik amaliyotini chuqurroq tahlil qilish va muammolarining samarali yechimlarini tavsiya etish;

¹ Karimov I. A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi. O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari. – T.: O'zbekiston, 2009 – 46-b.

4) ma'rifiy sohada: talabalar, o'quvchilar, tadbirkorlar, mutaxassis-larni tadbirkorlik faoliyatini yuksak madaniy darajada tashkil etish va amalga oshirishni ta'minlaydigan bilimlar, ko'nikmalar, dunyoqarash bilan qurollantirish;

5) targ'ibot sohasida: tadbirkorlikning insoniyat va jamiyat uchun ahamiyati va roli, jamiyatdagi yutuqlari va istiqbollari, ilg'or tajribasini ilmiy-amaliy targ'ibot qilish.

Mazkur vazifalarni yaxshiroq tasavvur qilish va amalga oshirishda ushbu qo'llanma ham ma'lum hissa qo'shadi, deb o'ylaymiz. Shundan kelib chiqqan holda qo'llanma vazifasi aniqlangan: oliy ta'lim standartlari va o'quv dasturlari talablariga muvofiq talabalar, o'quvchilarda tadbirkorlikning mohiyati, ahamiyati va roli, belgilari va tamoyillari, ijtimoiy, huquqiy, tashkiliy, moddiy, moliyaviy, insoniy, boshqarish, marketing, tahliliy asoslari to'g'risida bilimlar tizimini shakllantirish: O'zbekistonda tadbirkorlikni rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash siyosati, amaliyoti, muammolari va istiqbollari to'g'risida tasavvur hosil qilish; tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va amalga oshirish ko'nikmalarini shakllantirishdir. Bu vazifani samarali amalga oshirish uchun qo'llanmaga yangi mavzular va paragraflar kiritilgan, materiallar mantiqan ixchamroq shaklda va izchillikda keltirilgan, jadval va chizma modellar keng qo'llanilgan, amaliyotdan misollar keltirilgan, har bir mavzu bo'yicha qisqacha xulosalar shakllantirilgan, nazorat va muhokama uchun savollar, test topshiriqlari, tayanch iboralar va ularning izohli lug'ati tuzilgan. Bularning hammasi talabalar, o'quvchilarning tadbirkorlik asoslarini yaxshiroq o'zlashtirishi, ular to'g'risida chuqurroq bilim va kengroq tassavurga ega bo'lishiga yordam beradi.

Qo'llanmani tayyorlashda o'z fikr-mulohazalarini bildirgan va uni chop etishga yordam bergan barcha insonlarga minnatdorlik bildiramiz.

I BOB. TADBIRKORLIK ASOSLARI FANI OBYEKTI, PREDMETI, VAZIFALARI

1. 1. TADBIRKORLIK – MUSTAQIL FAN OBYEKTI SIFATIDA

O'zbekistonda tadbirkorlik jamiyatining ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlari mujassamlashgan, yaqqol namoyon bo'ladigan hamda tez rivojlanib borayotgan va harakatchan sohasiga aylanib bormoqda. Mamlakatda bozor munosabatlarining shakllanishi va iqtisodiy taraqqiyotida uning o'rni va roli tobora sezilarli tus olib bormoqda.

Tadbirkorlik ideologi hisoblangan XX asr buyuk iqtisodchisi Yozef Shumpeter (1883 – 1950- yillar): “Tadbirkorlikning jamiyat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotidagi hal qiluvchi rolini u bo'lmagan joyda juda his qilish mumkin”, deb ta'kidlab o'tgan.

Tadbirkorlikka oid dastlabki ilmiy tadqiqotlar XVIII asr buyuk alomamlari R. Kantil'on, A. Tyurgo, F. Kene, A. Smit, J. B. Sey va boshqalar tomonidan amalga oshirilgan. Demak, “tadbirkor”, “tadbirkorlik” tushunchalarining paydo bo'lishi shu davrga to'g'ri keladi. Keyinchalik bunday tadqiqotlar kengayib, alohida ilmiy yo'nalish tusini olgan, ularning natijalarini amaliyotda qo'llash esa iqtisodiyotga samarali ta'sirini namoyon qila boshlagan. Shunday natijalardan biri “tadbirkorlik” tushunchasining shakllanishi va mazmun-mohiyatining aniqlanib, boyitilib borishi hisoblanadi.

XX asrda tadbirkorlikni ilmiy-amaliy tahlil qilishda yangi Avstriya maktabi atoqli vakili bo'lgan U. Shumpeter katta rol o'ynaydi. U tadbirkorlikning harakatchan iqtisodiy jarayondagi rolini, uning yaratuvchanlik funksiyasini aniqlaydi, tadbirkorning psixologik qiyofasini chizadi. Unga ko'ra, tadbirkor iqtisodiyotni harakatlantiruvchi asosiy kuchdir. Tadbirkorlikka ayrim hollarda o'z-o'zidan mavjud bo'lgan narsa deb, e'tiborsizlik bilan qarashlarni tanqid qilib, tadbirkorlik bo'lmagan iqtisodiyotni tasavvur qilib ko'rishni tavsiya etadi. U tadbirkorning energiyasi, irodasi, intilishi investitsiya siklini harakatga keltiradi, texnikaviy

taraqqiyotning yuqori cho'qqisiga ko'tarilishiga imkon yaratadi, inqirozga uchragan iqtisodiyotni qayta jonlantiradi va tiklaydi deb e'tirof etadi.

Shumpeter tadbirkorlik faoliyatining maqsadlari, tadbirkorning intilish sabablarini o'rganib, uning psixologik qiyofasini quyidagicha ifodalaydi:

- 1) haqiqiy tadbirkorda hukmronlik qilish, egalik qilishga intilish moddiy farovonlikka erishishdan ham kuchliroq rivojlangan bo'ladi;
- 2) iroda tadbirkorni g'alabaga yetaklaydi, foyda esa uning uchun muvaffaqiyat barometri bo'lib xizmat qiladi;
- 3) haqiqiy tadbirkor ijod va yaratishga intiladi va uning quvonchini his qiladi.

Shumpeter iqtisodiy rivojlanish – bu ishlab chiqarish omillarining uyg'unlashtirish bosqichlaridan iborat bo'lgan jarayon, degan gipotezani ilgari suradi. Bu ishlab chiqarish omillarining har bir yangicha uyg'unlashtirish iqtisodiy rivojlanishning bir bosqichi hisoblanadi degan gapdir. Bunday yangicha uyg'unlashtirishlarni amalga oshirishga esa faqat tadbirkor qodir. U novator, yaratuvchi, ixtirochi bo'lgani tufayli yangi uyg'unliklarni, ya'ni oldin ma'lum bo'lmagan ne'matlarni ishlab chiqarishni, xomashyoning yangi manbalarini, yangi texnologiyani, ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarishning mukammal tizimlarini o'zlashtirib, muvaffaqiyatga intiladi va erishadi. Shuning uchun ham tadbirkor iqtisodiyotni rivojlantirish va modernizatsiya qilishda markaziy o'rin egallaydi. Demak, tadbirkorlik novatorligi yangi tovarlar, xizmatlar, texnologiyalar, usullar yaratish bilan bog'liq bo'lib, iqtisodiy samaradorlikni tamoman yangi bosqichga chiqarishga qodir bo'ladi.

Yangi Avstriya maktabining yana bir atoqli vakili F. Fon Xayek ham Shumpeterga hamohang ravishda tadbirkorlik – bu yangi iqtisodiy imkoniyatlarni izlab topish, o'rganish va ishga solish, deb hisoblaydi va faoliyati izlash tarzida kechadigan har qanday shaxsga bo'lg'usi tadbirkor deb qaraydi.

Tadbirkorlikka oid yuqorida ko'rib chiqilgan hamda boshqa fikrlar va mulohazalar asosida bir qator xulosalar qilish mumkin. Tadbirkorlik, ayrimlar o'ylashicha, bozor iqtisodiyotiga o'tish davriga xos o'tkinchi narsa bo'lmay, fundamental tusga ega. Chunki u nafaqat bozor iqtisodiyoti tizimiga, balki barcha ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarga xos hodisa.

Buning ustiga, iqtisodiyotning nafaqat ajralmas tarkibiy qismi, balki uni harakatlantiruvchi kuch hisoblanadi. Tadbirkorlikni biznes deb tushunib, ikkalasini ham bitta biznes termini bilan atash mumkin dey-diganlar ham uchraydi. Holbuki, tadbirkorlik tushunchasining mazmun-mohiyati biznes tushunchasidan kengroq va chuqurroq. Faqat tadbirkorlikka asoslangan biznesni tadbirkorlik deyish mumkin. Ammo biznesning hammasi ham bunday tusga ega emas. Bundan tashqari, tadbirkorlik biznes doirasidan tashqarida ham mavjud.

O'zbekistonda tadbirkorlik mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida o'zining yaratuvchanlik, islohotchilik, novatorlik qudratini ko'rsatmoqda va shunga muvofiq o'rin egallab bormoqda. Albatta, bir ijtimoiy-iqtisodiy tizimdan butunlay boshqasiga o'tish oson kechmaydi, ko'pgina qarama-qarshiliklar, muammolarni yechish kerak bo'ladi. Buning ustiga, tadbirkorlik ko'p qirrali, ko'p tarmoqli, ko'p jabhali murakkab tizim bo'lib shakllanmoqda. Bunday murakkab tizimni va uning muammolarini ilmiy tahlil qilish va yechimlarini topish uzluksiz ilmiy-ma'rifiy jarayon tusiga ega bo'lishi lozim.

Hozirgi kunda tadbirkorlik sohasi, faoliyati, munosabatlari, muammolarini o'rganuvchi asosiy fan tadbirkorlik asoslari hisoblanadi. Demak, tadbirkorlik – tadbirkorlik asoslari fani obyektidir, lekin bu fan iqtisodiy fanlar turkumida hali munosib o'rinni egallagani yo'q. Uning o'rni esa tadbirkorlikning mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy tizimi va taraqqiyotidagi o'rni va rolga muvofiq bo'lishi lozim. Bu esa mazkur fan bilan shug'ullanishga va uni o'qitishga kengroq o'rin berilishini taqozo etadi.

1. 2. TADBIRKORLIK ASOSLARI FANI PREDMETI VA VAZIFALARI

O'zbekiston mustaqillikka erishgandan so'ng tadbirkorlik rasman tan olindi va uning rivojlanishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratildi. Buning natijasida tadbirkorlik faoliyati ham, uni ilmiy-tadqiqot qilish ham, o'qitish ham jiddiy jonlanib ketdi. Bunday o'zgarishlar tadbirkorlikni keng miqyosda ilmiy-amaliy o'zlashtirish, o'qitish, targ'ibot qilish zaruriyatini tug'dirdi. Natijada respublikadagi ko'pgina oliy o'quv yurtlari va kollejlari tadbirkorlik asoslarini o'qitish yo'lga qo'yildi.

Tadbirkorlik asoslari fanining predmeti tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash jarayonlari, ularning ijtimoiy, iqtisodiy, huquqiy, tashkiliy, moddiy, moliyaviy, marketing, boshqarish va boshqa asoslari hisoblanadi. O'zbekiston bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida bo'lib, jamiyatda bozor munosabatlari, tuzilmalari, infratuzilmasi shakllanib kelayotgan, ijtimoiy-iqtisodiy tizim bozor iqtisodiyoti qonunlari, tamoyillari, talablariga moslashtirib qayta qurilayotgan bir paytda tadbirkorlik sohasida zaruriy obyektiv qonunlar, qonuniyatlar, tamoyillar bilan bir qatorda nozaruriy, tasodifiy, o'tkinchi hodisalar, holatlar ham, yechimini kutayotgan muammolar ham ko'proq bo'lishi tabiiy. Mazkur muammolarni tezroq yechish va tadbirkorlikni yuqori rivojlangan madaniy darajaga ko'tarish uchun tadbirkorlarga ham, sohani tartibga solish va qo'llab-quvvatlashga mas'ul bo'lgan xodimlarga ham bilim va tajriba yetishmasligi ayon bo'lib qoldi. Shuning uchun O'zbekistonda tadbirkorlik sohasini har tomonlama, chuqur tadqiq qilish, bu sohadagi ilmiy-tadqiqot natijalari va ilg'or tajribani amaliyotga tadbiiq etish, talabalar, o'quvchilar, aholi keng qatlamlariga tadbirkorlik to'g'risida bilim berish dolzarb masala bo'lib yuzaga chiqdi. Bu masalani hal qilishda tadbirkorlik asoslari fani muhim rol o'ynaydi.

Tadbirkorlik asoslari fanining ilmiy yo'nalish sifatidagi asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- 1) tadbirkorlik hodisasining hali uncha o'rganilmagan qirralari, jabhalariga chuqurroq singib, yangi nazariy gipotezalar shakllantirish va ularni isbotlash;
- 2) bu sohadagi nazariy va amaliy jihatdan dolzarb muammolarni aniqlash, ishlab chiqish va ularning yechimlarini tavsiya etish;
- 3) uning fundamental asoslariga ham murojaat etib, ularni takomillashtirish va mustahkamlash;
- 4) tadbirkorlik asoslari bo'yicha shakllangan bilimlar tizimini boyitish va rivojlantirish;
- 5) tadbirkorlik asoslarini tadqiq qilish uslubiyotini takomillashtirish.

Tadbirkorlik asoslari fanining o'quv fani sifatidagi asosiy vazifalari quyidagilar hisoblanadi:

- 1) talabalarga tadbirkorlik faoliyati va tushunchasining shakllanishi, evolutsiyasi, mohiyati va mazmunini, tadbirkorlikni tashkil etish, amal-

ga oshirish, rivojlantirish va qo'llab-quvvatlashning ijtimoiy, iqtisodiy, huquqiy, tashkiliy, moddiy, moliyaviy, marketing, boshqarish va boshqa asoslari to'g'risida bilim berish;

2) talabalarda O'zbekistonda tadbirkorlikni tashkil etish va amalga oshirish xususiyatlari, rivojlanish muammolari va istiqbollari to'g'risida tasavvur hosil qilish;

3) talabalarda tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va amalga oshirish bo'yicha ma'lum ko'nikma va mahorat shakllantirish;

4) tadbirkorlikning ijtimoiy yo'naltirilganligi, insonlar manfaatlari nuqtayi nazaridan ularning moddiy va ma'naviy ehtiyojlarini qondirish hamda kasbiy va madaniy saviyasini ko'tarishga xizmat qilishi to'g'risida dunyoqarash shakllantirish;

5) tadbirkorlik asoslarini ilmiy-amaliy targ'ibot qilish.

Tadbirkorlik asoslari fani o'z predmetini o'z uslubiyoti yordamida o'rganadi. Mazkur uslubiyot bir qator umumilmiy va maxsus ilmiy usullarning tadbirkorlikning turli qirralari va muammolarini o'rganishga moslashtirilgan variantlari va ularni qo'llash tartib-qoidalari majmuyidir. U dialektik yondashuv, induksiya, deduksiya, analiz, sintez, abstraksiyalash, modellar va boshqa umumilmiy usullarni hamda kuzatuv, so'rov, guruhlash, jadval va chizmada ifodalash, iqtisodiy tahlil, taqqoslash, baholash singari maxsus ilmiy usullarni o'z ichiga oladi.

Tadbirkorlik asoslari fani iqtisodiy fanlar turkumiga kiradi va mazkur turkumdagi barcha fanlar-iqtisodiyot nazariyasi, makroiqtisodiyot, mikroiqtisodiyot, xo'jalik huquqi, marketing, menejment, korxonalar iqtisodiyoti, korxonalar moliyasi, pul va kredit, buxgalteriya hisobi va audit, soliqlar va soliqqa tortish, iqtisodiy tahlil, statistika va boshqa fanlar bilan uzviy bog'liq. Mazkur o'quv fani tadbirkorlik faoliyatining boshqa fanlar bilan bog'liq masalalarini o'rganish va yoritishda tegishli fanlarga tayanadi.

QISQACHA XULOSALAR

Tadbirkorlik – Tadbirkorlik asoslari fani obyekti bo'lib hisoblanadi. Mazkur fan tadbirkorlik munosabatlari, jarayonlari, faoliyati, muammolarining barcha jabhalarini qamrab olgan holda yaxlit o'rganadigan asosiy fandır.

Tadbirkorlik asoslari fani predmeti tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish rivojlantirish va qo'llab-quvvatlashning ijtimoiy, huquqiy, tashkiliy, moddiy, moliyaviy, insoniy, marketing, boshqarish, tahliliy asoslari hisoblanadi.

Mazkur fanning asosiy vazifasi tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash muammolarini tadqiq qilish va yechimlarini amaliyotga tavsiya etish, shu sohadagi bilimlarni boyitish va ularni talabalar hamda boshqa o'quvchilarga yetkazishdan iborat. U bu vazifani boshqa iqtisodiy fanlar bilan o'zaro bog'liqlikda amalga oshiradi.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Tadbirkorlikka oid dastlabki tadqiqotchilar.
2. Tadbirkorlik ideologi U. Shumpeter va uning asosiy g'oyasi.
3. Tadbirkorlik iqtisodiyotni harakatlantiruvchi kuch.
4. Tadbirkorning psixologik qiyofasi.
5. Tadbirkorlik asoslari fani obyekti.
6. Tadbirkorlik asoslari fani predmeti.
7. Tadbirkorlik asoslari fani vazifalari
8. Tadbirkorlik asoslari fani uslubiyoti.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Tadbirkorlik tushunchasi qachon paydo bo'lgan?
A) XVI asrda; B) XVII asrda; D) XVIII asrda; E) XIX asrda; F) XX asrda.
2. Quyidagilardan qaysi biri oldin paydo bo'lgan?
A) tadbirkorlik; B) tadbirkor; D) ikkalasi ham bir vaqtda; E) aniq emas; F) to'g'ri javob yo'q.
3. Quyidagilardan qaysi biri oldin paydo bo'lgan?
A) tadbirkorlik faoliyati; B) tadbirkorlik tushunchasi; D) ikkalasi ham bir vaqtda; E) aniq emas; F) to'g'ri javob yo'q.

4. Tadbirkorlik ideologi deb kim tan olingan?

A) A. Smit; B) D. Rikardo; D) J. B. Sey; E) U. Shumpeter; F) A. Tyurgo.

5. "Tadbirkor – iqtisodiyotni harakatlantiruvchi kuch" degan xulosa kimga tegishli?

A) A. Smit; B) D. Rikardo; D) U. Shumpeter; E) F. Xayek; F) F. Kene.

6. "Tadbirkorlik – yangi iqtisodiy imkoniyatlarni izlab topish, o'rganish, ishga solish" tezisi kimga tegishli?

A) A. Smit; B) D. Rikardo; D) U. Shumpeter; E) F. Xayek; F) F. Kene

7. Tadbirkorlikning hal qiluvchi rolini u bo'lmagan joyda yaqqol sezish mumkin degan ibora kimga tegishli?

A) D. Rikardo; B) A. Smit; D) U. Shumpeter; E) R. Kantil'yon; F) A. Tyurgo.

8. "Tadbirkorlik" tushunchasi "biznes" tushunchasidan...

A) tor; B) keng; D) ikkalasi bir narsa; E) ularni taqqoslab bo'lmaydi; F) to'g'ri javob yo'q.

9. Tadbirkorlik asoslari fani obyektini nima:

A) biznes; B) iqtisodiyot; D) ijtimoiy munosabatlar; E) tadbirkorlik; F) barchasi.

10. Tadbirkorlik asoslari fani predmeti?

A) tadbirkorlik; B) tadbirkorlikning huquqiy, moddiy, moliyaviy, marketing, menejment asoslari; D) biznes sohasi; E) tijoratning huquqiy, tashkiliy, moddiy, moliyaviy, marketing asoslari; F) barchasi.

11. Tadbirkorlik asoslari fani o'rganadi...

A) tadbirkorlik munosabatlarini; B) tadbirkorlik jarayonlarini; D) tadbirkorlik muhitini; E) tadbirkorlik turlari va shakllarini; F) barchasini.

12. Tadbirkorlik asoslari fani vazifalari

A) tadqiqotlar olib borish; B) bilimlar to'plash; D) bilim berish; E) bilimlarni tizimlash; F) barchasi.

13. Tadbirkor – bozor munosabatlari...

A) obyekt; B) subyekt; D) ham obyekt, ham subyekt; E) obyekt ham, subyekt ham emas; F) to'g'ri javob yo'q.

14. Tadbirkorga xos fazilatlar?

A) izlanuvchanlik; B) novatorlik; D) iroda; E) tashabbuskorlik; F) barchasi.

15. Haqiqiy tadbirkor uchun nima muhimroq?

A) ko'proq pul topish; B) daromadni oshirish; D) boy bo'lish; E) hukmronlikka erishish; F) to'g'ri javob yo'q.

16. Tadbirkorlik qaysi ijtimoiy-iqtisodiy tizimga xos?

A) kapitalizmga; B) bozor iqtisodiyotiga; D) feodalizmga; E) rejali iqtisodiyotga; F) barchasiga.

17. Tijorat faoliyati...

A) faqat biznesga kiradi; B) faqat tadbirkorlikka kiradi; D) ikkalasiga ham kiradi; E) ikkalasiga ham kirmaydi; F) to'g'ri javob yo'q.

18. Tadbirkor – bu...

A) Tadbirkorlik bilan doimiy asosda shug'ullanuvchi jismoniy shaxs;
B) Tadbirkorlik bilan doimiy asosda shug'ullanuvchi yuridik shaxs; D) Tadbirkorlik bilan doimiy asosda shug'ullanuvchi yuridik va jismoniy shaxs;
E) savdo-sotiq bilan shug'ullanuvchi jismoniy va yuridik shaxs; F) barcha javoblar to'g'ri.

19. Davlat ro'yxatidan o'tmay tadbirkorlik bilan shug'ullanish mumkinmi?

A) mumkin emas; B) mumkin; D) mumkin, yuridik shaxs bo'lsa; E) mumkin, biror ruxsatnomaga ega bo'lsa; F) barcha javoblar to'g'ri.

20. Tadbirkorlikning iqtisodiyodagi roli nimada namoyon bo'ladi?

A) tadbirkorlik subyektlarining sonida; B) tadbirkorlik subyektlari ishlab chiqargan mahsulot hajmida; D) tadbirkorlik sohasida ishlaydigan xodimlar sonida; E) tadbirkorlik subyektlarining sarmoyasi hajmida; F) yaratilgan yalpi ichki mahsulotdagi ulushida.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Biznes – foyda olish maqsadida amalga oshiriladigan har qanday ish, faoliyat.

Tadbirkor – tadbirkorlik faoliyati bilan doimiy asosda shug'ullanuvchi jismoniy shaxs.

Tadbirkorlik – qo'yilgan ijtimoiy yoki iqtisodiy maqsadga erishish uchun qonunlar doirasida tavakkal qilib amalga oshiriladigan tashabbuskor faoliyat.

Tadbirkorlik asoslari – tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish, qo'llab-quvvatlashning nazariy, ijtimoiy, huquqiy, tashkiliy, moddiy, moliyaviy, insoniy, boshqarish, marketing, tahliliy asoslari majmuyi.

Tadbirkorlik asoslari fani – tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish, qo'llab-quvvatlash asoslari to'g'risida nazariy-amaliy bilimlar majmuyi.

Tadbirkorlik asoslari fani obyekti – mazkur fan o'rganadigan soha, ya'ni tadbirkorlik sohasi.

Tadbirkorlik asoslari fani predmeti – mazkur fan o'rganadigan masalalar, muammolar bo'lib, ularga tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish, qo'llab-quvvatlashning ijtimoiy, huquqiy, tashkiliy, moddiy, moliyaviy, insoniy, boshqarish, marketing, tahliliy asoslari.

Tadbirkorlik asoslari fani uslubiyoti – tadbirkorlik faoliyatini nazariy-amaliy tahlil qilish usullari va ularni qo'llash tartib-qoidolari majmuyi.

Tadbirkorlik asoslari fani maqsadi – talabalarni tadbirkorlik asoslari to'g'risidagi nazariy-amaliy bilimlar bilan qurollantirish.

Tadbirkorlik asoslari fani vazifasi – talabalarga tadbirkorlik asoslari to'g'risida bilim berish, ularda O'zbekistonda tadbirkorlikning ahamiyati va roli, rivojlanishi, muammolari, istiqbollari haqida tasavvur hosil qilish va tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish bo'yicha ko'nikmalar shakllantirish.

II BOB. TADBIRKORLIKNING NAZARIY ASOSLARI

2. 1. "TADBIRKORLIK" TUSHUNCHASI VA UNING EVOLUTSIYASI

"Tadbirkorlik" tushunchasi XVIII asrda shakllangan bo'lsa-da, uning evolutsiyasi bizning zamonda ham davom etmoqda. Bu tushuncha o'sha davr mashhur iqtisodchilari R. Kantil'yon, A. Tyurgo, F. Kene, A. Smid, J. B. Sey va boshqalar tomonidan tadbirkorlik faoliyatini ilmiy tadqiq qilish natijasida shakllangan. Tadbirkorlik tushunchasi qariyb uch asr nazariya va amaliyotda qo'llanilib kelinayotganiga qaramay uning universal ta'rifi shakllanmagan va ko'p ma'noligi saqlanib kelmoqda. Buning asosiy sababi tadbirkorlikning ko'p qirrali, ko'p sohali, ko'p tarmoqli, ko'p shaklli murakkab faoliyat bo'lishidir.

Dastlabki bosqichlarda tadbirkorlikning eng muhim alomati, belgisi noaniq sharoitda harakat qilish hisoblangan. Chunki bozorda talab va taklif, bozor vaziyati doimo o'zgarib turadigan sharoitda tadbirkorlik faoliyatining foydalilik darajasi aniq bo'lmaydi va tadbirkorga tavakkal qilib ishlashga to'g'ri keladi. Keyingi bosqichda "tadbirkor" va "sarmoyador" tushunchalari farqlana boshlandi. Tadbirkor sarmoyaning doimiy harakatda bo'lishi va ko'payib borishini ta'minlaydigan shaxs sifatida namoyon bo'ladi. Bunday holda tadbirkor jalb qilingan mablag'lardan ustalik bilan foydalanib, biror ishni boshlash va amalga oshirishga o'z g'oyalari, bilimi va tajribasini qo'llab, foyda olish maqsadida mablag'larni tavakkalli ishlarga sarflaydi.

R. Kantil'yondan keyin neoklassik maktabi namoyandalari tavakkalchilik asosida raqobatlashib, savdo faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonaga egasini tadbirkor deb hisoblaydilar. Bunday talqinda tadbirkorning daromadiga tavakkalchilik uchun to'lov deb qaraladi va uning qo'yilgan sarmoyadan keladigan daromad hamda ish haqidagi farqi ana shunda deb tushuniladi. Olinadigan daromadning xarakteri sarmoyador

va menejerning tadbirkorlikdagi vazifalarini bir-biridan farqlab turadi. Ammo bu vazifalarni bir kishi bajarishi ham mumkin.

Tadbirkorlikning tavakkalchilik xarakterini innovatsiyaga doir vazifasi bilan birlashtirish g'oyasi L. Fon Tyunenga tegishlidir. Uningcha, tadbirkorning daromadi tavakkalchilik faoliyatidan keladigan daromad dan va yangilikni qo'llash tufayli iqtisodiy samaraga erishish natijasida olinadigan daromad dan tashkil topadi. Innovatsiya faoliyatining tadbirkorlikka doir asosiy funksional tavsif ekanligini Y. Shumpeter asoslab bergan. Uning bu boradagi asosiy g'oyalarni quyidagicha ifodalash mumkin:

- 1) innovatsiya faoliyati tadbirkorlikning asosiy tavsifidir;
- 2) tadbirkor, asosan, xususiy xo'jalik faoliyati yuritishning maqsadga muvofiqligi nuqtayi nazaridan iqtisodiyotni qayta tashkil etib, ishlab chiqaruvchi kuchlarning taraqqiyotini ta'minlaydigan asosiy (yetakchi) shaxs hisoblanadi;
- 3) tadbirkor iqtisodiy o'sish tabiiy omili sifatida ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotda markaziy rol o'ynaydi;
- 4) tadbirkorlik funksiyasining mohiyati ishlab chiqarishni isloh qilish, mazmuni esa yangi texnologiya, xomashyo va bozorlarni jalb etish, ishlab chiqarishni qayta qurish tufayli ishlab chiqarish va muomala omillarining yangi uyg'unliklarini amalga oshirishdan iborat;
- 5) tadbirkor uchun mulk egaligi maqomi shart emas;
- 6) tadbirkorlik funksiyasi xodimlarning turli toifalariga va har qanday ijtimoiy tizimga xosdir;
- 7) har bir ijtimoiy tizim (formatsiya) tadbirkorlik faoliyatining usullari, shakllari va maqsadlari (motivlari)ni belgilab beradi.

Yangi Avstriya maktabining yana bir vakili F. Fon Xayekning qarashlari Y. Shumpeter tasavvurlariga yaqin turadi. U tadbirkorlikka yangi iqtisodiy imkoniyatlarni izlab topish va tadbiriq qilish deb qaraydi. Shu bilan birga, faoliyati izlash tarzida kechadigan har qanday shaxsni tadbirkor deb hisoblaydi.

Tadbirkorlikning o'zi faqat yakka shaxs emas, balki tashkilotlar darajasida ham amalga oshiriladi. U qarorlar qabul qilish va tavakkalchilik, resurslarni samarali yo'nalishlarga taqsimlash, boshqarish, tashkil etish va qabul qilingan qarorlarni bajarish kabi ko'rinishlarda ochiq va yashirin tarzda namoyon bo'ladi. Demak, tadbirkorlik – iqtisodiy

tizimning muvozanatlashmagan holati sharoitida talabni qondirishning yangi imkoniyatlarini kashf etishga doir yaratuvchanlik faoliyatidir.

Tadbirkorlik haqidagi tasavvurlarning o'sib borishi bozor iqtisodiyoti mavjud bo'lgan davlatlar taraqqiyotining ilk bosqichlarida unga boshqarish malakasining eng muhim tavsifi deb, menejer faoliyati esa innovatorning roliga nisbatan ustunroq deb qaralgan. Ammo yuqori texnologiyalarga asoslangan iqtisodiyotga o'tish tadbirkorlikning shunday talqinini olib chiqadiki, bu talqin, asosan, innovatsiya jarayonlari bilan ularning o'z yangiliklari asosida yoki yangiliklarni innovatsiya tarzida jalb qilish asosida tarqatilishi bilan bog'liq. Shunga muvofiq agrarxomashyo iqtisodiyotli va sanoatlashtirishning ilk bosqichida turgan mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanishida imitatsion tadbirkorlik muhim ahamiyat kasb etadi. U mavjud va olinishi oson bo'lgan resurslardan foydalanish, boshqarish malakasi, texnikaviy bilimlar jalb qilingan texnologiyaga asoslanadi.

Tadbirkorlik faoliyati va tushunchasi to'g'risidagi fikrlar, mulohazalar, qarashlarni o'rganib, ularga ayrim aniqliklar kiritish maqsadida ularni chuqurroq tahlil qilish zarur deb hisoblaymiz. Ma'lumki, tadbirkorlik faoliyati va uni aks ettiruvchi tushuncha ko'p qirrali, murakkab hodisalardir. Shuning uchun ularning alohida tomonlari, qirralari, yo'nalishlari bo'yicha mohiyatini aniqlab olish lozim. Avvalo, tadbirkorlik tushunchasining umumiy va aniq (konkret) darajalarini qarab chiqamiz. Tadbirkorlikning umumiy darajasida uning ikki holatini – statik va dinamik holatlarini ajratish kerak. Tadbirkorlik statik holatda yondashuv, dinamik holatda esa jarayon, faoliyat sifatida namoyon bo'ladi. Tadbirkorlik birinchi holatda qo'yilgan vazifani, ishni bajarish mavjud usullarini takomillashtirish va yangilarini qo'llash imkoniyatlarini topib, ishga solishdan iborat bo'lgan yondashuvdir. Bunday yondashuv an'anaviy yondashuvdan farqli o'laroq izlanuvchanlik, ijodiy qadamlar, tashabbuskorlik singari faol elementlarni ham o'z ishiga oladi. Tadbirkorlik jarayon, faoliyat sifatida qo'yilgan maqsadga aynan tadbirkorlik yondashuvini qo'llab erishishga yo'naltirilgan tashabbuskor faoliyat hisoblanadi.

Tadbirkorlikni konkret, aniq darajasida ikki yo'nalishda qarab chiqish kerak. Birinchisi, tijorat tadbirkorligi bo'lib, uning asosiy maqsadi moddiy daromad ko'rish, foyda olish hisoblanadi. Xo'jalik yurituvchi subyektlarning asosiy qismi tijorat tadbirkorligi subyektlari: korxonalar,

firma, kompaniya, tashkilot, fermer va dehqon xo'jaliklari, agrofirma va boshqalardir. Ikkinchisi, notijorat tadbirkorligi bo'lib, uni amalga oshirish uchun notijorat tashkilotlari tuziladi. Ularga diniy, xayriya, jamoat tashkilotlari va jamg'armalari, siyosiy partiyalar kiradi. Notijorat tadbirkorligining asosiy maqsadi daromad ko'rish, foyda olish emas, balki ularning har biri o'ziga xos maxsus maqsadni amalga oshirish uchun tuziladi va ana shu maqsad uning asosiy ta'sis hujjati bo'lgan ustavida belgilab qo'yiladi. Masalan, diniy tashkilotlarning maqsadi diniy bilimlarni o'rgatish va targ'ibot qilish, diniy marosimlar o'tkazish, xayriya tashkilotlarining maqsadi xayriya tadbirlarini tashkil etish va amalga oshirish, siyosiy tashkilotlarning maqsadi mamlakat siyosiy sahnasida ustuvor o'rin egallash va o'ynash hisoblanadi. Lekin ayrim notijorat tashkilotlari maxsus xizmatlar ko'rsatib, foyda olishlari, boshqalariga esa xayr-ehson, tortiq ko'rinishida boyliklar tushishi mumkin. Bunday tashkilotlarda olingan foyda va tushgan boyliklar ta'sischi o'rtasida taqsimlanmay, faqat tashkilotning asosiy maqsadiga yo'naltiriladi.

Endi tadbirkorlik va biznes tushunchalariga to'xtab o'tamiz. Biznes tushunchasining kelib chiqishi to'g'risida va uni izohlashda turli fikrlar mavjud. Ulardan asosiylari quyidagilardir:

1) biznes tushunchasi inglizcha "business" so'zidan olingan bo'lib, "ish" ma'nosini anglatadi va bu ma'noda biznes har qanday ish hisoblanadi;

2) biznes tushunchasi inglizcha "busy" so'zidan olingan bo'lib, "band" ma'nosini anglatadi va biznes bunda keng ma'noda ish, mashg'ullik, tadbirkorlik, kasb deb tushiniladi;

3) biznes inson imkoniyatlarini amalda sinash maydoni, raqobat qilish sohasi, iqtisodiy erkinlik belgisi, rivojlanish uslubi sifatida talqin qilinadi.

Shuni ta'kidlash lozimki, tadbirkorlik va biznes o'zaro dialektik bog'liq tushunchalar hisoblanadi. Bu tushunchalarning o'zaro dialektikasi murakkab bo'lib, quyidagi bir qator jabhalarda namoyon bo'ladi:

1. Tadbirkorlikka xos tashabbuskorlik, novatorlik, yaratuvchanlik, islohotchilik, tavakkalchilik singari alomatlar (belgilar) ga ega bo'lgan har qanday faoliyat tadbirkorlik faoliyati, ya'ni tadbirkorlik hisoblanadi.

2. Tadbirkorlikning maqsadi iqtisodiy tusga ham, ijtimoiy tusga ham ega bo'lishi mumkin va uni tijorat tashkilotlari ham, notijorat tashkilotlari ham amalga oshiradilar.

3. Biznesning maqsadi faqat iqtisodiy tusga ega bo'lib, uni faqat foyda olish uchun tuzilgan tijorat tashkilotlari amalga oshiradilar.

4. Tadbirkorlik ko'proq alohida shaxslarga xos qobiliyat, yondashuv, ish, faoliyat hisoblanadi, biznes esa ham alohida shaxslar, ham korxonalar va tashkilotlar darajasida amalga oshiriladigan faoliyatdir.

5. Bir tomondan qaraganda, tadbirkorlik doirasi keng bo'lib, biznesdan (tijorat tadbirkorligidan) tashqari, notijorat tadbirkorligini ham o'z ichiga oladi. Ikkinchi tomondan qaraganda, biznes doirasi keng bo'lib, tijorat tadbirkorligidan tashqari, maqsadi foyda olish bo'lgan, lekin tadbirkorlik alomatlariga ega bo'lmagan faoliyat turlarini ham o'z ichiga oladi. Shunday qilib, bizning fikrimizcha, tadbirkorlik faoliyati va tushunchasining mazmun-mohiyatiga ikki nuqtayi nazardan qarash lozim. Tadbirkorlik falsafiy nuqtayi nazardan har qanday ishga tashabbuskorlik bilan ijodiy yondashuv hisoblanadi. Tadbirkorlik ijtimoiy-iqtisodiy nuqtayi nazardan- qo'yilgan aniq ijtimoiy yoki iqtisodiy maqsadga erishish uchun qonunlar doirasida tavakkal qilib amalga oshiriladigan tashabbuskor faoliyatdir.

Demak, tadbirkorlik keng faoliyat turlarini yangi mahsulot yaratish, yangi texnologiyani ishlab chiqish, yangi bozorlarga kirib borish, yangi iste'molchilar doirasini shakllantirish, ishlab chiqarishga yangi resurslarni, mablag' bilan ta'minlash yangi manbalari va shakllarini jalb qilish, tashkiliy-boshqaruv yangiliklarini o'tkazish, yangi kooperatsion munosabatlar, shu jumladan, xalqaro munosabatlarni shakllantirish va hokazolarni qamrab oladi.

O'zbekiston Respublikasining "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida"gi Qonunida (2000-yil 25-may) "tadbirkorlik" va "tadbirkor" tushunchalariga quyidagicha ta'riflar berilgan: "Tadbirkorlik faoliyati (tadbirkorlik) – tadbirkorlik subyektlari tomonidan qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan, tavakkal qilib va o'z mulkiy javobgarligi ostida daromad (foyda) olishga qaratilgan tashabbuskor faoliyat". "Tadbirkor – yuridik shaxs tashkil etgan holda ham, etmagan holda ham tadbirkorlik faoliyati bilan doimiy asosda shug'ullanuvchi jismoniy shaxs".

Shunday qilib, tadbirkorlik faoliyati va ilmi rivojlanib, kengayib, chuqurlashib borishi bilan tadbirkorlik tushunchasining mazmun-mohiyati ham aniqlanib, boyib boraveradi.

2. 2. TADBIRKORLIK ASOSIY BELGILARI VA TAMOYILLARI

Tadbirkorlik ko'p qirrali murakkab faoliyat bo'lib, o'ziga xos xususiyatlarga ham ega. Uning ana shunday xususiyatlari, avvalambor, mazkur faoliyat alomatlari, belgilari, tamoyillarida namoyon bo'ladi. Tadbirkorlik alomatlari, belgilari, tamoyillari turli adabiyotlarda turlicha berilgan. Ular, ayniqsa, uning alomatlari (belgilari) to'laroq yoritilmagan, ayrim hollarda esa tadbirkorlik belgilari va tamoyillarini aralastirib yuborish ham uchrab turadi. Shuning uchun biz tadbirkorlik belgilari va tamoyillarini bir joyda keltirib, ularni bir-biridan aniq ajratish va to'liqroq qarab chiqishga harakat qilamiz.

Tadbirkorlik belgilari tadbirkorlik faoliyatiga xos va uni boshqa faoliyat turlaridan ajratib turadigan alomatlaridir. Ana shunday alomatlar (belgilar)ga ega bo'lgan faoliyatgina tadbirkorlik faoliyati yoki tadbirkorlik hisoblanadi. Mazkur alomatlar (belgilar) yoki ularning ayrimlariga ega bo'lmagan faoliyat esa tadbirkorlik emas, balki oddiy ish, faoliyat bo'ladi. Tadbirkorlik asosiy belgilari (alomatlari) 2. 1- chizmada keltirilgan.

Tadbirkorlikning asosiy belgilari				
Tashabbuskorlik	Novatorlik	Yaratuvchanlik	Islahotchilik	Tavakkalchilik

2. 1- chizma. Tadbirkorlikning asosiy belgilari

Tadbirkorlikning asosiy belgilaridan biri tashabbuskorlikdir. Tashabbuskorlik bu qanday ish, operatsiya, faoliyatni, uning kattakichikligidan, muhimlik darajasidan qat'i nazar, amalga oshirishga o'ziga xos tarzda ijodiy yondashish, doimiy izlanishda bo'lib, yangi imkoniyatlarni izlab, ularni ro'yobga chiqarishga harakat qilishdir. Tashabbuskor kishi biror ish, faoliyatning boshqalar e'tibor bermaydigan yoki muhim deb hisoblamaydigan qirralari, elementlarini, xususan, ko'zga tashlanmaydigan nozik tomonlarini topib, ularni ham muhim omillar darajasiga ko'tara oladi. U har bir ish, operatsiya, faoliyatni hamda uni tashkil etish va amalga oshirish usullarini takomil-

lashtirib, samaradorlikni oshirishga erishadi. Shunday qilib, tadbirkorlik turli sohalarida olinishi mumkin bo'lgan natijalardan eng yangi va yaxshisiga qaratilgan tashabbuskorligi bilan ajralib turadi.

Novatorlik (innovatorlik) ham tadbirkorlikning asosiy belgisi hisoblanadi. Uning bu xususiyati va belgisi XX asr o'rtalarida iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarning yangi taraqqiyot davri-innovatsiya (axborot-industrial) davrida shakllandi. Hozirgi kunda esa u yanada kuchaydi. Tadbirkorlar doimo izlanishda bo'lib, paydo bo'layotgan yangiliklarni kuzatib boradilar. Shuning uchun ular yangi texnika, texnologiya, xomashyo, materiallar, bozorlar, boshqarish usullarini birinchi bo'lib qo'llaydilar. Bunday tadbirkorlar mehnat unumdorligi va faoliyat samaradorligini oshirishga va raqobatda ustunlikka erishadilar. Boshqalar ham o'z raqobatbardoshliklarini ko'tarishga harakat qilib, ularga ergashadilar. Shunday qilib, jamiyatda ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot jadalashadi.

Tadbirkorlik – bu yaratuvchanlikdir. Uning bu missiyasi va belgisi paydo bo'layotgan ehtiyojga muvofiq yangi taklif yoki taklifning yangi uyg'unligi (kombinatsiyasi)ni yaratish va u orqali yangi bozor shakllantirishda namoyon bo'ladi. Demak, tadbirkorlik yangi taklif, ya'ni qiymat yaratib, jamiyat boyligiga boyluk qo'shadi.

Tadbirkorlikning yana bir qirradi va belgisi islohotchilikdir. Tadbirkorlik ishlab chiqarish omillari (mehnat, mehnat qurollari, mehnat predmeti)ning yangicha mukammalroq uyg'unligi (kombinatsiyasi)ni, ishlab chiqarishni qayta tashkil etishni, tuzilmaviy qayta qurishni amalga oshirib, ijtimoiy-iqtisodiy tizimni isloh qilishga olib keladi. Natijada ularning ishlab chiqaruvchi kuchlari rivojlanadi, ishlab chiqaruvchi kuchlar bilan ishlab chiqarish munosabatlarining o'zaro muvofiqligi yaxshilanib, ishlab chiqarish samaradorligi oshadi.

Tadbirkorlik tavakkalsiz bo'lmaydi. Bozor iqtisodiyotiga noaniqlik xosdir. Ana shunday noaniqlik va yangi taklif uchun yangi talab bo'lishiga kafolat yo'qligi hamda bozor vaziyatining o'zgarib turadigan sharoitida tavakkal qilib ish olib borishga to'g'ri keladi. Lekin tavakkal ham baholangan, asoslangan, oqilona bo'lishi lozim.

Shunday qilib, tadbirkorlik uning yuqorida ko'rib chiqilgan qirralari va belgilari bilangina tadbirkorlik hisoblanadi.

Tadbirkorlik faoliyati bir qator tamoyillar asosida tashkil etiladi va amalga oshiriladi. Tadbirkorlik tamoyillari bu aniq talablar, tartib-qoidalar majmuyi bo'lib, ularga to'liq rioya etib tashkil qilinadigan va

amalga oshiriladigan xo'jalik faoliyati haqiqiy tadbirkorlik faoliyati hisoblanadi. Ularga turli xil cheklovlar qo'yilishi, ularning buzilishi, noto'g'ri talqin qilinishi tadbirkorlikning amalga oshirilishi va rivojlanishiga xalaqit beradigan omillardir. Tadbirkorlik tamoyillari umumiy tusga ega bo'lib, har bir mamlakatda ularning ro'yobga chiqarilishi turli darajada bo'lishi mumkin. Mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi va demokratiya asoslari qancha yuqori bo'lsa, tadbirkorlik tamoyillari ham shunchalik to'liq ro'yobga chiqariladi. Tadbirkorlik asosiy tamoyillari 2. 2- chizmada aks ettirilgan.

Tadbirkorlikning asosiy tamoyillari					
Erkinlik	Mustaqillik	Teng huquqlilik	Ixtiyoriylik	Moddiy javobgarlik	Qonuniylik

2. 2- chizma. Tadbirkorlikning asosiy tamoyillari

Ma'lumki, tadbirkorlik faoliyati uchun sarmoya – ish binolari, asbob-uskunalar, xomashyo va turli materiallar, mablag' hamda boshqa moddiy va nomoddiy resurslar zarur. Tadbirkorlik faoliyatida ishlatiladigan bu sarmoya tadbirkor mulki hisoblanadi. Tadbirkor ana shu mulkdan foydalanishda erkinidir, ya'ni undan o'zi ma'qul ko'rgan maqsadlarda foydalanishi mumkin. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi va tegishli qonunlarida fuqarolarning shaxsiy va xususiy mulki daxlsizligi va undan foydalanish erkinligi belgilab qo'yilgan. Bundan tashqari, tadbirkorlik sohasi, turi, yo'nalishi, shakli, joyi, hamkorlari va boshqa jabhalarini tanlashda tadbirkor erkin bo'lib, uning bunday erkinligi ham qonunlar yordamida kafolatlangan.

Tadbirkor o'z faoliyatini tashkil etish, yuritish va uning natijasida oladigan daromad (foyda)ni ishlatishda to'la mustaqil hisoblanadi. Olgan foydasini o'zi xohlaganday mustaqil tasarruf etishi mumkin. Tadbirkorlik faoliyatida davlat va hokimiyat organlari, ularning mansabdor shaxslarining aralashuvi taqiqlangan. Tadbirkorlarning mustaqilligi ham tegishli qonun hujjatlarida kafolatlangan.

Tadbirkorlik faoliyati turli mulk shakllariga asoslangan bo'lishi mumkin: xususiy mulk, ommaviy mulk, aralash mulk. Mulkning barcha shakllarini teng huquqli ekanligi qonunlarda belgilab qo'yilgan.

Demak, qanday mulk shakliga asoslanganidan qat'i nazar, hamma tadbirkorlik subyektlari barcha sohada teng huquqli hisoblanadilar.

Tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish, tadbirkorlik sohasida ishchi-xodimlar yollash va ishga yollanish ixtiyoriydir. Tadbirkor xohlagan kishini ishga yollashi mumkin, ishga yollanadigan kishi ham o'z ixtiyori bilan ish joyini tanlaydi va ishga kiradi. Lekin ishga yollash va ishga yollanish bo'yicha mehnat munosabatlari O'zbekiston Respublikasining Mehnat kodeksi, Fuqarolik kodeksi va boshqa qonun hujjatlari bilan tartibga solinadi.

Tadbirkorlik faoliyati noaniqlik, tavakkalchilik bilan bog'liq. Bunday holat esa tadbirkorga o'z faoliyati davomida moddiy javobgarlikni o'z zimmasiga olishni taqozo etadi. Tadbirkorlik faoliyatidan zarar ko'rgan taqdirda butun zararni tadbirkorning o'zi qoplaydi va zararni qoplashda unga na davlat, na boshqa tashkilot yordam beradi. Shuning uchun tadbirkorlik bilan shug'ullanishda ko'r-ko'rona tavakkal qilib emas, balki puxta ishlab chiqilgan rejaga asosan ish yuritish kerak bo'ladi.

Ma'lumki, tadbirkorlik jamiyatda amal qiladigan qonunlar doirasida amalga oshiriladigan faoliyatdir. Tadbirkorlik faoliyati amaldagi umumiy va maxsus me'yoriy-huquqiy hujjatlar bilan tartibga solib turiladi. Har bir tadbirkor o'z faoliyati sohasiga tegishli me'yoriy-huquqiy hujjatlar, ularning talablari va ular yaratadigan imkoniyatlarni yaxshi bilishi lozim. Shundagina u o'zining qonuniy huquqlarini bilib oladi, huquqlari va manfaatlarini himoya qila oladi, o'z majburiyatlarini maqbul darajada bajaradi va turli qonunbuzarliklarga yo'l qo'ymaydi.

Shuni ham aytib o'tish kerakki, ayrim tadbirkorlar yuqorida ko'rib chiqilgan umumiy tamoyillarga qo'shimcha ravishda o'zlari uchun muhim hisoblangan alohida tamoyillar shakllantirib, ularga ham rioya etib keladilar. Masalan, amerikalik supermarketlar qiroli Sem Uolton o'zining quyidagi tamoyillariga amal qilgan:

- 1) barqaror daromad yuqori daromaddan yaxshiroq;
- 2) firmani kengaytirish uni boshqa firmalar bilan qo'shishdan yaxshiroq;
- 3) axborot bebahodir;
- 4) hamma narsada yoppasiga tejamkorlik;
- 5) ishlab chiqarish korxonasi ostonasida emas, balki savdo peshtaxtasida tugaydi.

Bundan tashqari, rivojlangan mamlakatlar tajribasi asosida tadbirkorlar uchun bir qator ko'rsatmalar, maslahatlar ishlab chiqilgan. Quyida ulardan ayrimlari keltiriladi.

1. *Tijoratli g'oyani topish.* Tadbirkorning bozorga taklif etishi mumkin bo'lgan tovar, xizmatni aniq tasavvur qilishidir. Oldin tovarni ishlab chiqarib, so'ng uni sotishni o'ylash katta xatodir. Oldin ishlab chiqarilishi mumkin bo'lgan tovarlardan qaysilarini sota olish mumkinligini aniqlash, undan so'ng ularni ishlab chiqarishga kirishish lozim. Doimo yangilik izlash kerak.

2. *Raqobatdan qo'rqmaslik.* Bu tovardan bozorga bor deb xavotirlanmaslik kerak. Raqiblarga qarshi uchta kuchli vosita (qurol) bor: sifat, narx, reklama. Ulardan ustalik bilan foydalanish raqobatbardoshlikni ta'minlaydi.

3. *Sifat* – bu faqatgina yaxshi tovar emas, balki iste'mol xossalar majmuyidir. Xaridorni oddiy tovar emas, balki shu tovar yordamida o'z muammosini hal qilish qiziqtiradi. Uni tovardan ko'radigan naf qiziqtiradi va ana shu naf uchun pul to'laydi.

4. *Biznes reja tuzish.* Ishlab chiqarilishi mo'ljallangan mahsulot, uning xomashyo, materiallar va moliyaviy ta'minoti, tannarxi, iste'molchilari va reklamasi, ishlab chiqaruvchi xodimlar, ishlab chiqarishni kengaytirish va boshqarish masalalari aniq rejalashtirilishi kerak.

5. *Narxni pasaytirishdan qo'rqmay, uni ko'tarishdan qo'rqish.* Mahsulotni oz miqdorda qimmatroq sotishdan, ko'p miqdorda xaridoriga ma'qul narxda sotish ko'proq foyda keltiradi.

6. *Mahsulotni reklama qilish.* Xaridorni mahsulot bilan tanishtiradigan asosiy vosita reklama hisoblanadi. Reklama vositalaridan unumli foydalanish, mahsulot to'g'risidagi ma'lumotlarni qisqa va aniq ifodalash hamda xaridorlarga yetkazishni bilish zarur.

7. *Kredit olish mumkin bo'lsa, uni olishdan qo'rqmaslik.* Ishlar to'g'ri yo'lga qo'yilsa, kreditning qaytarilishi aniq.

8. *Odamlarga xayrixohlik.* Tadbirkor ham hamma kabi odam. Unga eng ma'qul odam qanday bo'lsa, u ham shunday bo'lishga harakat qilishi kerak. Odamlardan birdaniga ko'p narsani talab qilmaslik kerak.

9. *Hamma tuxumlarni bir savatda saqlamaslik.* Biznes tilida bu – faqat birgina ish bilan shug'ullanib qolmay, asta-sekinlik bilan boshqa ishlarni ham o'zlashtirib borish, biri omadsizlikka uchrasa, boshqalari omadli bo'lishi mumkin degan gap.

10. *Asosiy kapital tadbirkorning o'zi hisoblanadi.* Bu kapitalni sutkada 24 soat samarali ishlashiga erishish lozim. Ichmaslik va chekmaslik kerak, chunki bu odamni holdan toydiradi.

2. 3. TADBIRKORLIK VA TAVAKKALCHILIK

Tadbirkorlikning muhim xususiyatlari va belgilaridan biri tavakkalchilikdir. Chunki tadbirkorlik tavakkalsiz bo'lmaydi. Demak, tadbirkorlik bilan shug'ullanmoqchi bo'lgan odam nafaqat tavakkal qilishdan qo'rqmaydigan, balki unga doimo tayyor bo'lishi kerak.

Tavakkal qilish – bu biror ishning natijasi aniq bo'lmagan vaziyatda, ehtimol, taxmin qilib uni amalga oshirishdir. Tadbirkorlikda tavakkalchilik faoliyatga safarbar qilingan resurslar va mo'ljallangan daromadni to'liq yoki qisman yo'qotish xavfidir. Xavf – bu ko'ngilsiz hodisa yoki falokatning yuz berish ehtimolidir. Tavakkal darajasi ehtimol qilinayotgan xavf darajasiga bog'liq. Tavakkal qilish – bu mo'ljallangan maqsadga erishish, undan chetlanish va omadsizlik ehtimolini miqdoriy va sifatiy baholash yo'li bilan tanlash zarur bo'lgan vaziyatdagi noaniqlikni bartaraf etishga qaratilgan faoliyatdir. Demak, tavakkalchilik uch elementni o'z ichiga oladi:

- 1) istalgan natija (omad)ga erishish ehtimoli;
- 2) ko'ngilsiz natijaning (omadsizlikning) ro'y berish ehtimoli;
- 3) tanlangan (mo'ljallangan) maqsaddan chetlanish ehtiomli.

Tavakkal quyidagi bir qator xislatlarga ega:

- qarama-qarshilik;
- muqobillik;
- noaniqlik;
- aniq tarixiylik – aniq bir davrga muvofiqlik;
- obyektivlik – haqiqiy mavjud voqea va jarayonlarni aks ettirish;
- subyektivlik – tavakkalning bir miqdorini har kim har xil qabul qiladi va shunga muvofiq muqobilini tanlaydi hamda uning ehtimol qilinadigan oqibatini aniqlaydi.

Shuni ta'kidlash lozimki, tavakkal uni aniqlash yoki aniqlamaslik, hisobga olish yoki olmaslikdan qat'i nazar, mavjud bo'ladi. Tavakkal darajasi haqiqiy mavjud noaniqlikning miqdoriy-sifatiy ifodasi shakli hisoblanadi. Shuning uchun tavakkal noaniqlik bilan bevosita bog'liqdir.

Noaniqlik va tavakkalning vujudga kelishiga olib keladigan asosiy sabablar quyidagilar:

– voqealarning ko‘p variantlik, qarama-qarshilik, ehtimollik tusiga ega bo‘lishi hamda stixiyalik va tasodifiylikning mavjudligi;

– obyektlar va voqealar to‘g‘risida axborotning yetishmasligi;

– ilmiy-texnikaviy taraqqiyotning ehtimollik tusiga ega bo‘lishi.

Tavakkal darajasini aniqlashning bir necha usullari mavjud. Ularning ayrimlari quyida keltiriladi.

1. Analitik usul bo‘lib, uning keng qo‘llaniladigan variantlaridan biri tavakkal funksiyasini tuzish va hisoblash usulidir (tavakkali past maqbul qaror tanlashda qo‘llaniladi). Mazkur funksiya quyidagi ko‘rinishga ega:

$$T = AP_1 + (A+B)P_2.$$

Bu yerda: T – tavakkal; A va B – tanlanadigan qarorlardan ko‘riladigan zararlar; P_1 va P_2 – mazkur qarorlarni qabul qilishdagi xatolar ehtimoli.

2. Iqtisodiy tavakkal (yangilik samaradorligi) ni baholash usuli (amerikalik iqtisodchilar tomonidan taklif etilgan). U quyidagi tenglama yordamida baholanadi:

$$Y_s = \frac{Y_{MSH} \cdot Y_{MHD} \cdot T_{OE} \cdot T_{JOE} \cdot N}{\Sigma X}$$

Bu yerda: Y_s – yangilik samaradorligi; Y_{MSH} – yangi mahsulotni sotish yillik hajmi; Y_{MHD} – yangi mahsulotning hayotiy davri;

T_{OE} – texnikaviy omad ehtimoli; T_{JOE} – tijorat omadi ehtimoli;

N – mahsulotning sotish narxi; ΣX – jami xarajatlar yig‘indisi (ishlab chiqish, o‘zlashtirish, joriy ishlab chiqarish, sotish va hokazo).

3. Tavakkalni statistik baholash usuli (maqbul qaror qabul qilishda, yangilik samaradorligini baholashda qo‘llaniladi). Bu usulda tavakkal vaziyatning aniq ma‘lumotlari bo‘lgan va bo‘lmagan hollaridagi natijalarining farqi ko‘rinishida aniqlanadi. Masalan, qaror qabul qilish uchun vaziyatning aniq ma‘lumotlari bo‘lgan holatida omadni ta‘minlash darajalari variantlar bo‘yicha 2. 1- jadvalda keltirilgan.

2. 1- jadval

Qaror variantlari	Vaziyat variantlari		
	V_1	V_2	V_3
Q_1	0.25	0.35	0.40
Q_2	0.70	0.20	0.30
Q_3	0.35	0.85	0.20
Q_4	0.80	0.10	0.35

Jadvaldagi ko'rsatkichlar qarorning omadlik va maqbullik darajasi bo'lib hisoblanadi. Demak, aniq V_1 vaziyatda Q_4 qaror, V_2 vaziyatda Q_3 qaror, V_3 vaziyatda Q_1 qaror tanlanadi. Chunki ular omadni tegishli-cha 80, 85, 40 foizga ta'minlaydi. Lekin vaziyatning aniqlik darajasi ma'lum bo'lmaganligi uchun variantlar bo'yicha eng katta ko'rsatkich bilan boshqa ko'rsatkichlar o'rtasidagi farq hisoblab chiqiladi. Ana shu farq tavakkal (omad) darajasi bo'lib hisoblanadi. Hisoblab chiqilgan tavakkal darajalari 2.2-jadvalda keltirilgan.

2. 2- jadval

Qaror variantlari	Vaziyat variantlari		
	V_1	V_2	V_3
Q_1	0.55	0.50	0.00
Q_2	0.10	0.65	0.10
Q_3	0.45	0.00	0.20
Q_4	0.00	0.75	0.05

Jadvalda hisoblab chiqilgan farq (ko'rsatkich)lardan eng kattasiga ega bo'lgan variant tanlab olinadi: V_1 vaziyatda Q_1 qaror, V_2 vaziyatda Q_4 qaror, V_3 vaziyatda Q_3 qarorni tanlash mumkin bo'ladi.

4. Yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan xavfni aniqlash. U quyidagicha hisoblanadi:

$$X_{yq} = F_k \geq Z$$

Bu yerda: X_{yq} – yo‘l qo‘yilishi mumkin bo‘lgan xavf (tavakkal); F_k – kutilayotgan foyda; Z_i – tavakkal qilinayotgan zarar.

Demak, biror ishdan tavakkal qilinayotgan zararining undan kutilayotgan foydadan katta bo‘lmasligi yo‘l qo‘yilishi mumkin bo‘lgan tavakkal darajasi bo‘lib, mazkur ish bilan shug‘ullanish mumkinligini ko‘rsatadi.

5. Tavakkalchilik koeffitsiyentini aniqlash. U quyidagicha aniqlanadi:

$$K_i = \frac{Z_i}{M_j}$$

Bu yerda: K_i – tavakkalchilik koeffitsiyenti; Z_i – tavakkal qilinayotgan zarar; M_j – safarbar qilinadigan jami mablag‘lar (kapital).

Dunyo tajribasi asosida aniqlanishicha, tavakkalchilik koeffitsiyenti 0,3 ga teng bo‘lsa, tavakkal darajasi optimal (maqbul), 0,3 dan katta va 0,7 dan kichik bo‘lsa tavakkal yo‘l qo‘yilishi mumkin bo‘lgan darajada, 0,7 va undan katta bo‘lsa, tavakkal qilish mumkin emas deb hisoblanadi.

Tadbirkorlik va biznesda tavakkal biror ish bilan shug‘ullanganda omadsizlikka uchrash ehtimoli tushuniladi. Bunday omadsizlikka turli xil xavf-xatarlar sabab bo‘lishi mumkin. Tadbirkorlar mavjud va yangi paydo bo‘ladigan xavf-xatarlarni yaxshi bilishlari va ularni oldini olish yoki ularning salbiy oqibatlarini pasaytirish choralarini ko‘rib qo‘yishlari lozim. Tadbirkorlikda uchraydigan xavf-xatarlar sug‘urta qilinadigan va sug‘urta qilinmaydigan ikki turga ajratiladi. Ular 2.3-, 2.4-, 2.5- jadvallarda keltirilgan.

2. 3- jadval

Sug‘urta qilinadigan xavf-xatarlar

№	Xavf-xatar turlari	Uning salbiy oqibatlarini kamaytirish yo‘llari
1.	Yong‘in va boshqa ofatlar	Vujudga kelishi mumkin bo‘lgan yo‘qotishni sug‘urtalash
2.	Transport halokatlari (avariyalar)	Transport vositalarini sug‘urtalash
3.	Yuklarni tashishda yo‘qotishlar va buzilishlar	Yuklar qiymatini sug‘urtalash
4.	Korxonada xodimlarining e‘tiborsizligi	Vujudga kelishi mumkin bo‘lgan zarar hajmini sug‘urtalash

5.	Korxonada xodimlarning vijdotsizligi oqibatida yuz beradigan ziyon	Yuz berishi mumkin bo'lgan ziyon hajmini sug'urtalash
6.	Loyihani ro'yobga chiqarishga aloqador xodimlarning o'z majburiyatlarini bajarmasligi	Vujudga kelishi mumkin bo'lgan zarar hajmini sug'urtalash
7.	Korxonada faoliyatining vaqtinchalik to'xtatilishi	Shu davrda hosil bo'ladigan zarar hajmini sug'urtalash
8.	Korxonada omadiga aloqador bo'lgan rahbar yoki mutaxassisning kasalligi yoki o'limi	Bunday hodisadan hosil bo'ladigan zarar hajmini sug'urtalash
9.	Xodimlarning kasalligi, o'limi yoki baxtsiz hodisaga uchrashi bilan bog'liq xavf-xatar	Bunday hodisalardan ko'riladigan zararni sug'urtalash

2. 4- jadval

Sug'urta qilinmaydigan xavf-xatarlar

№	Xavf-xatar turlari	Uning salbiy oqibatlarini kamaytirish yo'llari
1.	Tijorat sohasidagi xavf-xatar	Moliyaviy koeffitsiyentlar chegaralarini to'g'ri aniqlash, loyihaga sarf qilinadigan xarajatlarning foydalilik darajasini kelajakda ko'tarish yo'llari va usullarini to'g'ri tanlash
2.	Resurslarni noto'g'ri taqsimlash xavf-xatari	Mavjud resurslardan kelib chiqqan holda qaysi yo'nalish, ishlab chiqarish, uchastka va kimga qancha zarurligini to'g'ri aniqlash, marketing tadqiqotlarini yo'lga qo'yish
3.	Iqtisodiy tebranishlar va iste'molchilar talab-istaklarining o'zgarishi	Marketing tadqiqotlarini muntazam o'tkazib borish, samarali prognoz qilish va rejalashtirish
4.	Raqiblarning harakatlari	Raqiblar amalga oshirishlari mumkin bo'lgan harakatlarni chuqur o'rganish va prognoz qilish, ularni o'z ishlab chiqarish va marketing faoliyatida hisobga olish

5.	Ishchilar noroziligi	Yaxshi ijtimoiy-iqtisodiy dastur va ma'naiy-psixologik muhit yaratish, ishchilar talablari va ehtiyojlarini hisobga olish
6.	Mablag'larning ko'p qismini bir obyektida mujassamlashtirish natijasida ularning faolligining pasayishi	Moliyaviy resurslarni to'g'ri boshqarish, nafaol mablag'larni tez daromad keltiradigan loyihalarga yo'naltirish yoki daromadli foiz bilan qarzga berish, boshqa korxonalarni qimmatbaho loyihalarga jalb etib, xavf-xatarning bir qismini ularga o'tkazish
7.	Menejerlar (boshqaruvchilar) xatolari	Tekshiruv va nazoratning mukammal tizimini ishlab chiqish, menejer xatolari qimmatga tushadigan hollarni ikki marta ko'rib chiqishni tashkil etish, qimmatbaho loyihalarga kirishishdan oldin menejerlar yo'l qo'yishi mumkin bo'lgan xatolar modelini va grafagini tuzish
8.	Narx, talab, daromad darajalarining o'zgarishi	Prognozlarning uzluksizligi va izchilligini ta'minlash, bunday xavf-xatar oqibatlarini pasaytirish usullarini ishlab chiqish va mavjud usullardan samarali foydalanish
9.	Loyiha tanlashdagi xatolar	Loyihani qabul qilish yoki qilmaslik asoslarini batafsil o'rganish va baholash, murakkab loyihalarni kompyuterda modellashtirish

2.5- jadval

Bank sarmoyasi va operatsiyalarining tavakkallik darajasi

Tavakkallik darajasi bo'yicha guruhlar	Sarmoya va operatsiya turlari	Tavakkallik darajasi, foizda
I	1. Kassa va unga tenglashtirilgan mablag'lar	0,5
	2. Markaziy bankdagi vakillik va zaxira hisob varaqlaridagi mablag'lar	0
II	1. Davlatning qimmatli qog'ozlari	10
	2. Mahalliy hokimiyat organlarining qimmatli qog'ozlari	20
	3. Binolar, inshootlar va boshqa asosiy vositalar	25

III	1. Boshqa banklarga berilgan kreditlar	25
	2. Qisqa muddatli ssudalar	30
	3. Faktoring operatsiyalari	50
IV	1. Uzoq muddatli ssudalar	50
	2. Lizing operatsiyalari	60
V	1. Bank tomonidan sotib olingan qimmatli qog'ozlar	70
	2. Bankka berilgan boshqa ishtirok etish huquqlari	80
VI	1. Ssudalar bo'yicha to'lov muddati cho'zilib ketgan qarzarlar	100

(Manba: Chjen V. A. va boshqalar. Pul va moliya bozorlari. – T.: Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 1996. 291- bet).

2. 4. TADBIRKORLIKNING IJTIMOY-IQTISODIY AHAMIYATI

Tadbirkorlik jamiyatda ijtimoiy va iqtisodiy sohalaridagi mavjud muammolarni hal qilishda va jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida katta rol o'ynaydi. U ishlab chiqarish, ish bajarish, xizmat ko'rsatish sohalarida yangi ish o'rinlari yaratib, aholini ish bilan ta'minlash va ishsizlikni kamaytirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Rivojlangan mamlakatlarda ham, O'zbekistonda ham har yili yaratilayotgan yangi ish o'rinlarining yarmidan ortig'i kichik va xususiy tadbirkorlikka to'g'ri keladi. Demak, tadbirkorlik aholining ish bilan bandligi, mehnat va iqtisodiy faolligining o'sishi va buning natijasida uning daromadlarining oshishiga katta hissa qo'shadi. Bu jarayonning ikki oqibatini e'tiborga olish lozim: bir tomondan, aholining moddiy va ma'naviy ehtiyojlarining o'sishi, kengayishi bo'lsa, ikkinchi tomondan, ularni to'laroq qondirish imkoniyatlarining yaratilishidir. Bu pirovard natijada aholi hayotini yaxshilash, turmush darajasini ko'tarish, farovonligini oshirishni ta'minlaydi. Tadbirkorlikning rivojlanishi bilan uning mazkur sohadagi roli ortib boradi.

Tadbirkorlarning ma'lum qismi oyoqqa turib, yanada rivojlanishi oqibatida ular mulkdorlarga aylanadilar. Bu esa jamiyatda yangicha

fikrlaydigan, harakat qiladigan yangi avlod-tadbirkorlar, mulkdorlar tabaqasining shakllanishiga olib keladi. Bunday shaxslar davlatning ijtimoiy tayanchi va iqtisodiy taraqqiyot manbai hisoblanadi.

Tadbirkorlik subyektlari kadrlar tayyorlash va ularning malakasini oshirishda ham ishtirok etadilar. Shuning bilan birga tadbirkorlarning o'zlari ham doimiy izlanishda, mahalliy va xorijiy hamkasabalari, hamkorlari, turli soha vakillari bilan muloqotda bo'lib, tajriba ortirib, o'z kasbiy, madaniy, ma'naviy saviyalarini oshirib boradilar. Tadbirkorlik inson qobiliyatini ro'yobga chiqarishga yaxshi imkoniyatlar yaratadi va uni rag'batlantiradi. Shunday qilib, tadbirkorlik insonlarning o'zini o'zi anglashiga ko'maklashadi, dunyoqarashini kengaytiradi, o'zgartiradi va natijada jamiyatning ijtimoiy-madaniy darajasining o'sishiga olib keladi.

Tadbirkorlar qishloqlarda, mahallalarda ishlab chiqarish, savdo, umumiy ovqatlanish va boshqa xizmat ko'rsatish korxonalari barpo etib, qishloq infratuzilmasini rivojlantirib, qishloqlar, mahallalar qiyofasini o'zgartirib yuboradilar. Bundan tashqari, tadbirkorlik ijtimoiy sohada keng kirib bormoqda: xususiy va boshqa tashkiliy-huquqiy shakllarda bolalar bog'chalari, mehribonlik uylari, nogironlar uchun inventarlar ishlab chiqarish va ularga xizmatlar ko'rsatish, sog'liqni saqlash va sog'lomlashtirish, o'quv va boshqa ijtimoiy soha muassasalari tashkil etish va ularni rivojlantirish, uy-joylar qurish va ularni ta'mirlash, aholini ichimlik suvi va gaz bilan ta'minlash ishlari bilan bevosita shug'ullanib, ijtimoiy muammolarni yechishga katta hissa qo'shadi. Tadbirkorlik subyektlari xayriya ishlarida ham faol qatnashib, ijtimoiy soha muassasalari, nogironlar, kam ta'minlangan oilalar, ijtimoiy himoyaga muhtoj kishilarga yordam ko'rsatishda ham muhim o'rin egallaydi.

Tadbirkorlik subyektlari mahsulot (tovarlar, ishlar, xizmatlar) yaratib, mamlakat ichki bozorini to'ldiradilar. Natijada bozorda taklif miqdor, sifat, assortiment jihatidan yaxshilanadi, xaridorlar uchun tanlash va talabni qondirish imkoniyatlari kengayadi. Bu borada tadbirkorlik muvofiqlashtirish vazifasini bajarish, talab bilan taklifni o'zaro muvofiqlashtirish, narxlarni barqarorlashtirish, bozorda muvozanat o'rnatish va uni ushlab turish, mavjud ehtiyojni kengaytirish va to'laroq qondirishga xizmat qiladi. Shuning bilan birga tadbirkorlik bozor iqti-

sodiyoti sharoitida raqobatning shakllanishi, rivojlanishida va mahsulot sifati va raqobatbardoshligini ko'tarish, ishlab chiqarish xarajatlari va mahsulot tannarxini pasaytirish, faoliyat samaradorligini oshirishda muhim rol o'ynaydi.

Mamlakatda importni qisqartirish va eksportni kengaytirishda tadbirkorlik subyektlarining roli ortib bormoqda. Ular, bir tomondan, import o'rini bosuvchi tovarlar ishlab chiqarib, valutaning tashqariga chiqib ketishini qisqartirish va mamlakat iqtisodiy-moliyaviy mustaqilligini mustahkamlash, ikkinchi tomondan esa, eksportbop mahsulotlar chiqarish, ularni tashqi bozorlarda sotib, mamlakat eksport salohiyatini ko'tarish va valuta tushumlarini oshirishda ham salmoqli o'rin egallaydilar.

Xususiy tadbirkorlik subyektlari, fermer xo'jaliklari davlat buyurtmasini bajarishda ham ishtirok etadilar. Ma'lumki, O'zbekistonda davlat buyurtmasi bo'yicha paxta va g'alla yetishtirishda fermer xo'jaliklari yetakchilik qiladilar. Bundan tashqari, kichik va o'rta korxonalar yirik korxonalarining ayrim buyurtmasini ham bajarib, ularni to'ldiradilar. Yirik korxonalar ommaviy mahsulotni katta miqdorda ishlab chiqarishga moslashganliklari tufayli asosiy mahsulotning ayrim detallari, ehtiyot qismlari, boshqa qo'shimcha narsalarni kichik seriyalarda ishlab chiqarish ular uchun ortiqcha tashvish hisoblanadi. Yirik korxonalar uchun shunday narsalarni o'zlari ishlab chiqargandan ko'ra, ularni boshqa korxonalardan olgan ma'qul. Shu boisdan ular o'zlarining ishlab chiqarishlari uchun kerakli ayrim narsalarni ishlab chiqarish va yetkazib berishni, asosan, kichik va o'rta korxonalarga topshiradilar. Bu borada O'zbekistonda rivojlangan va qo'llab-quvvatlanayotgan kasanachilik ham muhim rol o'ynaydi. Shuning uchun kichik va o'rta korxonalar yirik korxonalar va, umuman, iqtisodiyot tarmoqlarini o'zaro bog'lab, butun iqtisodiyotni yaxlit bir tizim darajasiga ko'tarishda katta ahamiyat kasb etadilar. Kichik, o'rta, xususiy tadbirkorlik subyektlarining ana shu vazifasi e'tiborga olinib, respublikada mahalliyashtirish dasturlarini amalga oshirishda ularga keng o'rin berilgan.

Tadbirkorlikning innovatsion vazifasi XX asr o'rtalarida shakllanib, hozirgi kunda uning roli ortib bormoqda. Tadbirkorlikning bu vazifasi mamlakatlarning innovatsion (axborot-industrial) taraqqiyot davrga kirishi bilan boshlanib, ishlab chiqarishda fan-texnika yutuqlari va

axborot rolining ortib borishida namoyon bo'ladi. Innovatsiya bazasining shakllanishi va kengayishi tashkiliy-xo'jalik novatorligi va shu yo'nalishda tadbirkorlikning rivojlanishi bilan bog'liq.

Tadbirkorlikning yaratuvchilik vazifasi ham jamiyat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida muhim rol o'ynaydi. Uning bu vazifasi yangi qiymat va yangi bozorlar yaratish, yangi qiyofadagi inson – tadbirkorlar, mulkdorlarni shallantirishda namoyon bo'ladi. Tadbirkorlar mamlakatda milliy mahsulot yaratadilar va milliy boylikni ko'paytiradilar. Rivojlangan mamlakatlarda ishlab chiqariladigan yalpi ichki mahsulotning qariyb yarmi, ayrim mamlakatlarda esa undan ham ko'prog'i kichik biznesga to'g'ri keladi. O'zbekistonda yaratilayotgan yalpi ichki mahsulotda kichik va o'rta tadbirkorlik subyektlarining hissasi hozirgi kunda 48 foizdan oshdi va u yildan-yilga o'sib bormoqda.

Tadbirkorlik subyektlari yangi taklif yaratish, mavjud taklifni kengaytirish, uni yangicha uyg'unlikda taqdim etish yo'li bilan mavjud ehtiyojni boyitish, yangilarini yuzaga chiqarish va mavjud bozorni modifikatsiya qilish, yangilarini shakllantirish, jozibador bozorlarni topish va o'zlashtirish – bularning hammasi tadbirkorlikning yaratuvchilik yo'nalishlari hisoblanadi.

Tadbirkorlik ishlab chiqarishni qayta qurish, ishlab chiqarish omillari (mehnat, mehnat qurollari, mehnat predmetlari)ni yangicha uyg'unlikda birlashtirish va tashkil etish, ishlab chiqaruvchi kuchlar bilan ishlab chiqarish munosabatlarini samaraliroq muvofiqlashtirish orqali ishlab chiqarishni sifat jihatidan yangi, yuqori bosqichga ko'tarishga katta hissa qo'shadi. Bu esa ishlab chiqarishni amalga oshirish va rivojlantirish uchun yangi, qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi, ularni ro'yobga chiqarish esa mavjud quvvatlarning unumdorligini oshirishni, qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarish va samaradorlikning o'sishini ta'minlaydi.

Tadbirkorlik shu paytgacha ishlatilmay kelgan aholi jamg'armalari, mahalliy resurslar, ishlab chiqarish va maishiy chiqindilar, xorijiy investitsiyalarni ijtimoiy-iqtisodiy jarayonga faol jalb etib, ishlab chiqarishni kengaytirish, milliy mahsulot va boylikni ko'paytirishga olib keladi.

Tadbirkorlik nafaqat shaxsiy daromad manbayi, balki davlat uchun ham salmoqli daromad manbayi bo'lib xizmat qiladi. Davlat budjeti tushumlarining anchagina qismi tadbirkorlik sektoriga to'g'ri keladi.

Demak, tadbirkorlik budjetni to'ldirib, davlatning kuch-qudratini oshirish, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini mablag' bilan ta'minlashda ham katta rol o'ynaydi.

Shunday qilib, tadbirkorlik aholi turmushi va farovonligini yaxshilash, uning madaniy-ma'naviy yuksalishi, mamlakat ishlab chiqarish, eksport, iqtisodiy salohiyatini ko'tarish, mustaqilligini mustahkamlash, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi.

QISQACHA XULOSALAR

"Tadbirkor" va "Tadbirkorlik" tushunchalari XVIII asrda R. Kantilyon, A. Tyurgo, F. Kene, A. Smit, J. B. Sey singari buyuk iqtisodchilar tomonidan olib borilgan tadbirkorlikka oid dastlabki tadqiqotlar natijasida shakllangan. Bu tushunchalarning mazmun-mohiyati keyingi bosqichlarda aniqlanib, boyitilib kelingan va bu jarayon hozir ham davom etmoqda. Tadbirkorlikning nazariy-amaliy rivojiga XX asr buyuk iqtisodchisi U. Shumpeter katta hissa qo'shgan va buning evaziga "tadbirkorlik ideologi" maqomiga sazovor bo'lgan. Unga ko'ra tadbirkor – novator, ijodkor, ixtirochi, islohotchi va shuning uchun u iqtisodiyotni harakatlantiruvchi asosiy kuch hisoblanadi.

Tadbirkorlikni boshqa faoliyat turlaridan ajratib turadigan o'z belgilari mavjud. Ularga tashabbuskorlik, novatorlik, yaratuvchanlik, islohotchilik, tavakkalchilik kiradi. Ana shunday belgilarga ega bo'lgan harakat, ish, faoliyat, biznes tadbirkorlik bo'lib hisoblanadi.

Tadbirkorlik faoliyati erkinlik, mustaqillik, teng huquqlilik, ixtiyoriylik, moddiy javobgarlik, qonuniylik tamoyillari asosida tashkil etilishi va amalga oshirilishi lozim. Bunday tamoyillar to'la ro'yobga chiqadigan shart-sharoitlar yaratilgan va ularga to'liq rioya etilgan taqdirda tadbirkorlik ijtimoiy-iqtisodiy, madaniy, ma'naviy jihatdan yuksak darajaga ko'tariladi va jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotiga o'zining salmoqli hissasini qo'shadi.

Tadbirkorlik tavakkalchilik bilan bog'liq faoliyatdir. Biror ishga kirishishdan oldin tavakkal darajasini baholash va unga qarab ish tutish maqsadga muvofiq. Tavakkal darajasi oddiy holda tavakkal koeffitsiyenti orqali ifodalanadi va u tavakkal qilinayotgan yo'qotish (zarar) miqdorini ishga tikilayotgan sarmoya miqdoriga nisbati ko'rinishida

aniqlanadi. Bu koeffitsiyent 0,3 gacha bo'lsa, tavakkal darajasi maqbul, 0,3 dan 0,7 gacha bo'lsa, yo'l qo'yish mumkin darajada, 0,7 va undan katta bo'lsa, tavakkal qilish mumkin emas deb hisoblanadi.

Tadbirkorlik jamiyatda mavjud ijtimoiy va iqtisodiy muammolarni yechishda katta rol o'ynaydi. U aholini ish bilan ta'minlash, qishloqlar va boshqa aholi punktlarini obodonlashtirish, mahsulot ishlab chiqarib, bozorlarni to'ldirish va eksport qilish, davlat budjetini to'ldirish, kadrlar malakasini oshirishga salmoqli hissa qo'shadi. Eng muhimi iqtisodiyotni isloh qilib, uni sifat jihatidan yangi bosqichga ko'tarishga xizmat qiladi.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. "Tadbirkorlik" tushunchasining mohiyati.
2. "Tadbirkorlik" tushunchasining shakllanishi va rivojlanishi.
3. "Tadbirkorlik" va "Biznes" tushunchalari.
4. Tadbirkorlik asosiy belgilari va ularning o'rni.
5. Tadbirkorlik asosiy tamoyillari va ularning ro'yobga chiqarilishi.
6. Tadbirkorlikda tavakkalchilikning o'rni va roli.
7. Tadbirkorlikda tavakkalni baholash va uning usullari.
8. Tadbirkorlikda xavf-xatarlar va ularni pasaytirish yo'llari.
9. Tadbirkorlikning iqtisodiy taraqqiyotda roli.
10. Tadbirkorlikning jamiyat ijtimoiy hayotida ahamiyati.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Tadbirkorlik – bu...

A) foyda olish maqsadida amalga oshiriladigan har qanday faoliyat; B) qo'yilgan maqsadga erishish uchun amalga oshiriladigan har qanday faoliyat; D) qo'yilgan ijtimoiy yoki iqtisodiy maqsadga erishish uchun qonunlar doirasida tavakkal qilib amalga oshiriladigan tashabbuskor faoliyat; E) qo'yilgan har qanday aniq maqsadga erishish uchun tavakkal qilib amalga oshiriladigan faoliyat; F) foyda olishga qaratilgan har qanday harakat.

2. Tadbirkor – bu...

A) tadbirkorlik faoliyati bilan doimiy asosda shug'ullanuvchi jismoniy shaxs; B) tadbirkorlik faoliyati bilan doimiy asosda shug'ullanuvchi yuridik shaxs;

D) tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi yuridik va jismoniy shaxs; E) biznes bilan shug'ullanuvchi shaxs; F) biznes bilan shug'ullanuvchi yuridik va jismoniy shaxs.

3. Biznes – bu...

A) qo'yilgan aniq maqsadga erishish uchun amalga oshiriladigan faoliyat; B) foyda olishga yo'naltirilgan biznes reja; D) foyda keltiradigan resurslar samadorligi; E) foyda keltiradigan har qanday ish; F) foyda olishga yo'naltirilgan tavakkalchilik harakati.

4. Tadbirkorlik belgilarini aniqlang.

A) erkinlik, mustaqillik, moddiy javobgarlik, ixtiyoriylik, qonuniylik; B) novatorlik, yaratuvchanlik, tashabbuskorlik, islohotchilik, tavakkalchilik; D) tashabbuskorlik, tavakkalchilik, mustaqillik, erkinlik, qonuniylik; E) erkinlik, mustaqillik, izlanuvchanlik, tavakkalchilik; F) yaratuvchanlik, novatorlik, moddiy javobgarlik, mustaqillik.

5. Tadbirkorlik tamoyillarini belgilang.

A) erkinlik, mustaqillik, moddiy javobgarlik, ixtiyoriylik, qonuniylik; B) novatorlik, mustaqillik, moddiy javobgarlik, ixtiyoriylik, qonuniylik; D) tashabbuskorlik, tavakkalchilik, mustaqillik, erkinlik, qonuniylik; E) erkinlik, mustaqillik, izlanuvchanlik, tavakkalchilik; F) yaratuvchanlik, novatorlik, moddiy javobgarlik, mustaqillik.

6. Tadbirkorlikning islohotchiligi nimada namoyon bo'ladi?

A) ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish; B) ishlab chiqarishni rejalashtirish; D) ishlab chiqarishni tashkil etish; E) ishlab chiqarishni rivojlantirish; F) ishlab chiqarish omillarini yangicha birlashtirish.

7. Tadbirkorlikning yaratuvchanligi nimada namoyon bo'ladi?

A) yangi qiymat yaratish; B) yangi bozor shakllantirish; D) yangi tovar yaratish; E) yangi ehtiyoj shakllantirish; F) barcha javoblar to'g'ri.

8. Tadbirkorlik belgilarini aniqlang.

A) mustaqillik, teng huquqlilik, tashabbuskorlik, novatorlik; B) qonuniylik, ixtiyoriylik, yaratuvchanlik, islohotchilik; D) moddiy javobgarlik, teng huquqlilik, ixtiyoriylik; E) tavakkalchilik, islohotchilik, yaratuvchanlik; F) barcha javoblar to'g'ri.

9. Tadbirkorlik tamoyillarini toping:

A) mustaqillik, teng huquqlilik, tashabbuskorlik, novatorlik; B) qonuniylik, ixtiyoriylik, yaratuvchanlik, islohotchilik; D) moddiy javobgarlik, ixtiyoriylik, teng huquqlilik; E) tavakkalchilik, islohotchilik, yaratuvchanlik; F) barcha javoblar to'g'ri.

10. Tadbirkorlik subyektlariga kiradi.

A) yuridik shaxslar; B) jismoniy shaxslar; D) yuridik va jismoniy shaxslar; E) yakka tadbirkorlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

11. Tadbirkorlikda tavakkalchilik – bu...

A) ko'ngilsiz hodisa, falokat yuz berishi; B) ishga safarbar qilingan resurslar va daromadni yo'qotish xavfi; D) faoliyatni biznes rejasiz boshlash; E) belgilangan natijalarga erisha olmaslik; F) maqsadni aniq va to'g'ri qo'ya olmaslik.

12. Tadbirkorlikda xavf-xatar – bu...

A) ko'ngilsiz voqea, falokat yuz berish ehtimoli; B) ishga safarbar qilingan resurslar samadorligining pastligi; D) ishni rejasiz amalga oshirish; E) belgilangan natijalarga erisha olmaslik; F) maqsadni aniq va to'g'ri qo'ya olmaslik.

13. Tavakkalchilikka xos narsa?

A) istalgan natijaga erishish ehtimoli; B) ko'ngilsiz natija yuz berish ehtimoli; D) qo'yilgan maqsaddan chetlanish ehtimoli; E) kutilmagan hodisalarning ro'y berish ehtimoli; F) barcha javoblar to'g'ri.

14. Tavakkalchilikka xos bo'lmagan narsa?

A) aniqlik; B) qarama-qarshilik; D) muqobillik; E) tasodifiylik; F) barcha javoblar to'g'ri.

15. Sug'urta qilinadigan xavf-xatarlar.

A) tadbirkor va menejer xatolari; B) tadbirkor xatosi, tabiiy ofatlar; D) tabiiy ofatlar; E) tabiiy ofatlar, tovarlarning yo'lda buzilishi; F) barcha javoblar to'g'ri.

16. Sug'urta qilinmaydigan xavf-xatarlar:

A) tadbirkor va menejer xatolari; B) tadbirkor xatosi va tabiiy ofatlar; D) tabiiy ofatlar; E) tabiiy ofatlar, tovarlarning yo'lda buzilishi; F) to'g'ri javob yo'q.

17. Tijorat tadbirkorligi – bu...

A) foyda olishga yo'naltirilgan faoliyat; B) foyda olish emas, boshqa maqsadlarga yo'naltirilgan faoliyat; D) har qanday tadbirkorlik faoliyati; E) har qanday faoliyat; F) savdo-sotiq faoliyati.

18. Notijorat tadbirkorligi – bu...

A) foyda olishga yo'naltirilgan faoliyat; B) foyda olish emas, boshqa maqsadlarga yo'naltirilgan faoliyat; D) har qanday faoliyat; E) savdo-sotiqdan tashqari barcha faoliyat turlari; F) biznesni tashkil etuvchi faoliyat turlari.

19. Tadbirkorlikning iqtisodiy asoslari.

A) tadbirkorlik qobiliyatiga ega bo'lgan insonlar; B) tashabbuskor insonlar; D) mehnat qilishga tayyor insonlar; E) ishlab chiqaruvchi kuchlar va ishlab chiqarish munosabatlari; F) to'g'ri javob yo'q.

20. Tadbirkorlikning ijtimoiy asoslari

A) tadbirkorlik qobiliyatiga ega bo'lgan insonlar; B) tashabbuskor insonlar; D) mulkdorlar; E) tadbirkorlik sohasida mehnat qilishga tayyor insonlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Biznes – iqtisodiy tushda ega bo'lgan, foyda olishga qaratilgan har qanday ish.

Islohotchilik (tadbirkorlikda) – ishlab chiqarish omillarini yangicha uyg'unlashtirish, ishlab chiqarishni qayta tashkil etish, uni tuzilmaviy qayta qurish, ijtimoiy-iqtisodiy tizimni isloh qilish demakdir.

Moddiy javobgarlik – tadbirkorlik faoliyati natijasida ko'riladigan zarar uchun mas'uliyat.

Notijorat tadbirkorligi – daromad ko'rish, foyda olish emas, balki boshqa ijtimoiy maqsadlarga mo'ljallangan tadbirkorlik turi.

Novatorlik (tadbirkorlikda) – yangi tovarlar yaratish, xomashyoning yangi manbalarini va yangi bozorlarni ochish, yangiliklarni tadbirkorlikka tatbiq etish bilan bog'liq faoliyat.

Sarmoya – tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirish uchun kerak bo'ladigan moddiy va nomoddiy (tadbirkorlik qobiliyati va mehnatdan tashqari) ishlab chiqarish vositalari majmuyi.

Sarmoyador – tadbirkorlik uchun ishlatiladigan sarmoya egasi.

Tadbirkor – yuridik shaxs tashkil etgan holda ham, etmagan holda ham tadbirkorlik faoliyati bilan doimiy asosda shug‘ullanuvchi jismoniy shaxs.

Tadbirkorlik faoliyati (tadbirkorlik) – tadbirkorlik subyektlari tomonidan qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan, tavakkal qilib va o‘z mulkiy javobgarligi ostida daromad (foyda) olishga qaratilgan tashabbuskor faoliyat (“Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida”gi Qonunda berilgan ta’rif).

Tadbirkorlik (umumiy falsafiy ma’noda) – har qanday ishga tashabbuskorlik bilan ijodiy yondashuv.

Tadbirkorlik (ijtimoiy-iqtisodiy ma’noda) – qo‘yilgan aniq ijtimoiy yoki iqtisodiy maqsadga erishish uchun qonunlar doirasida tavvakal qilib amalga oshiriladigan tashabbuskor faoliyat.

Tadbirkorlik belgilari – tadbirkorlikka xos va uni boshqa faoliyat turlaridan ajratib turadigan alomatlari.

Tadbirkorlik tamoyillari – tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirish me’zonlari va qoidalari majmuyi.

Tadbirkorning erkinligi – tadbirkorlik sohasi, turi, shakli, joyi, hamkorlarni tanlashda, o‘z mol-mulkidan foydalanishda erkinligini anglatadi.

Tadbirkorning mustaqilligi – o‘z faoliyatini tashkil etish, yuritish va uning natijasida oladigan foydani ishlatishda hamda o‘z mol-mulkidan foydalanishda to‘la mustaqilligini bildiradi.

Tadbirkorlik subyektlari – tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanuvchi yuridik va jismoniy shaxslar.

Tavakkal – biror ishga solinadigan sarmoya va undan olinishi mumkin bo‘lgan foydani to‘liq yoki qisman yo‘qotish xavfi.

Tavakkal qilish – biror ishning natijasi aniq bo‘lmagan vaziyatda ehtimol, taxmin qilib unga kirishish.

Tashabbuskorlik (tadbirkorlikda) – har qanday ish, faoliyatni amalga oshirishga o‘ziga xos tarzda yondashish, doimiy izlanishda bo‘lib, yangi-yangi imkoniyatlar izlab topish va ularni ro‘yobga chiqarishga harakat qilish.

Tijorat tadbirkorligi – daromad ko‘rish, foyda olishga mo‘ljallangan tadbirkorlik turi.

II BOB. O‘ZBEKISTONNING IJTIMOIIY-IQTISODIY TARAQQIYOTIDA TADBIRKORLIK

3. 1. O‘ZBEKISTONDA TADBIRKORLIKNING RIVOJLANISH ASOSLARI VA XUSUSIYATLARI

Tadbirkorlik o‘tgan ikki asr davomida rivojlanib, turli davrlar va bosqichlarni bosib o‘tdi. Har bir davr va bosqichda tadbirkorlik oldida o‘ziga xos vazifalar turadi. Masalan, AQShda tadbirkorlikning rivojlanishi quyidagi besh davrga ajratiladi.¹

1. Ilk texnikaviy qurollanish davri. Bu davrda (1820 – 1900- yillar) sanoatda, ayniqsa, po‘lat eritish, paxta tozalash, to‘qimachilik, avtomobilsozlik sohalarida texnika va inqilobiy o‘zgarishlarga asoslangan industrial ishlab chiqarish yaratiladi. Mazkur bosqichda tadbirkorlikning asosiy vazifasi-ishlab chiqarishni yangi texnika vositalari asosida qayta qurish va rivojlantirishdir.

2. Ommaviy ishlab chiqarish davri. Bu davrda (XX asr boshidan 30-yillarigacha) konveyer va mehnatni ilmiy tashkil etishni joriy qilish asosida ommaviy ishlab chiqarishga o‘tish va mahsulot tannarxini kamaytirish, raqobatning yuzaga kelishiga erishiladi. Bu bosqichda tadbirkorlik oldida turgan asosiy vazifa mahsulotni ommaviy miqyosda ishlab chiqarish va tannarxini pasaytirish hisoblanadi.

3. Ommaviy ayirboshlash davri. Bu davrda (XX asrning 30 – 50 yillari) asosiy e‘tibor ishlab chiqarishdan bozorga, ayirboshlash orqali iste‘molchilar ehtiyojlarini qondirishga ko‘chadi. Shakllanayotgan talabni sezish, aniqlash va ishlab chiqarishni uni qondirishga yo‘naltirib tashkil etish tadbirkorlikning asosiy vazifasi bo‘ladi. Shu paytda marketing nazariyasi amaliyotda keng qo‘llanila boshlaydi.

4. Yuqori industrilashgan davr (XX asrning 50 – 70- yillari). Bu davrda tadbirkorlik sohalari va rivojlanishining kengayishi, ishlab chiqarishni industrial qayta qurish va texnologiyaning muhim raqobat

¹ Nasritdinova M. A., Ahmedov O. M. Biznes strategiyasi. – T., Sharq, 1996. – 12 – 13 betlar.

vositasiga aylanishi, boshqarishda biznes muhitini hisobga olish yuz beradi. Bu bosqichda tadbirkorlikning asosiy vazifasi ishlab chiqarishni davomiy texnik qayta qurollantirish, texnologiya, talab, mahsulotni o'zaro muvofiqlashtirish va bozor sharoitlariga moslashish hisoblanadi.

5. Zamonaviy tadbirkorlik davri. (XX asrning 70 va undan keyingi yillar) Bu davrda biznes xalqaro tus oladi, boshqaruv va rivojlantirishda muqobil variantlar qo'llanila boshlaydi, ishlab chiqarish va sotishda diversifikatsiya kirib keladi, jamiyatning tadbirkorlikka talablari, ijtimoiy mas'uliyat mezonlari kuchaydi, strategik rejalashtirishning yangi usullari va jihatlari shakllanadi. Bunda asosiy vazifa internatsionallashirish yo'lidan borib, milliy doiradan tashqaridagi bozorlarni o'zlashtirish hamda talab, texnologiya, mahsulot hayotiy davrlarini uzaytirishga intilish hisoblanadi.

Rivojlangan mamlakatlarda XX asrning 70- yillari o'rtalaridan boshlab iqtisodiy tanglik davrida iqtisodiyot yangi modeli -- innovatsion yoki axborot-industrial modeli shakllana boshladi. Bu davrda firmalarda ishlab chiqarish va boshqarish bozor konyunkturasi va marketing konsepsiyasiga asoslana borishi xo'jalik yuritish tarzida o'zgarishlarga olib keldi. O'sha iqtisodiy sharoitda bozorda muvaffaqiyat qozonishni ta'minlaydigan hujumkor xatti-harakat tarzi yuzaga chiqa boshlaydi. Bunda marketing vositalari va usullari asosiy o'rin egallaydi va natijada jamoatchilik ayrim qatlamlari orasida marketingga nisbatan salbiy munosabat shakllanadi. Aynan shu davrda tadbirkorlik alohida faoliyat sifatida yangi bosqichga o'tib, o'zini o'zi tartibga solib turuvchi tizim darajasiga ko'tarialadi, ayniqsa, xususiy biznes tez rivojlana boshlaydi. Shundan keyingi 20 yil ichida har yili AQSh va Italiyada 300 mingdan, Yaponiyada 200 mingdan yangi korxonalar paydo bo'ladi. Shu davrda tadbirkor jamiyatda ijtimoiy muhim o'rin egallay boshlaydi, turli xil ma'muriy-huquqiy cheklolar bekor qilinib, tadbirkorlikning xo'jalik erkinligi keskin kengaytiriladi, biznes inkubatorlar, innovatsion parklar rivojlanib, axborot ta'minoti yaxshilanib, fuqarolarning biznes bilan shug'ullanish imkoniyatlari kengayadi. O'tgan asrning oxiri, joriy asrning boshlarida iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda tadbirkorlik, biznesning holatini 3. 1- jadvalda keltirilgan ma'lumotlardan ko'rish mumkin.

(Manba: Russkiy ekonomicheskij jurnal, 1998.)

Kichik biznesning mamlakat iqtisodiyotidagi o'rni

Davlatlar	Kichik biznes subyektlari soni		Kichik biznes salmog'i, %	
	Ming dona	Aholi jon boshiga, 1000 kishiga, dona	Ish bilan bandlikda	Yalpi ichki mahsulotda
Amerika Qo'shma Shtatlari	19300	74	54	50 – 52
Italiya	3920	68	73	57 – 60
Yaponiya	6450	50	78	52 – 55
Buyuk Britaniya	2930	46	42	50 – 53
Germaniya	2290	37	46	50 – 54
Fransiya	1980	35	54	55 – 62

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, kichik biznes subyektlari jon boshiga (1000 kishiga) olganda AQShda eng yuqori – 74 taga yetgan bo'lsa, Italiyada 68 tani, Yaponiyada 50 tani tashkil etgan. Bu ko'rsatkichning nisbatan past darajasi Germaniyada (37 ta) va Fransiyada (35 tani) tashkil etgan. Ish bilan bandlikda kichik biznes salmog'i Yaponiya va Italiyada yuqori (78 va 73 foiz), Germaniya va Buyuk Britaniyada past (46 va 42 foizni tashkil etgan). Lekin shuni ta'kidlash joizki, kichik biznes subyektlarining aholi jon boshiga to'g'ri kelishi va ish bilan bandlikda hissasi jadvalda keltirilgan davlatlar bo'yicha keskin farq qilishiga qaramay, uning yalpi ichki mahsulotdagi hissasining katta farq qilmasligi kichik biznesning mazkur mamlakatlarda mustahkam, barqaror o'rin egallab olganidan darak beradi.

Tadbirkorlik O'zbekistonda ham sezilarli rivojlanib, o'z taraqqiyotida ma'lum darajaga erishdi. O'zbekiston mustaqillikka erishishi bilan iqtisodiyot va savdo-sotiqni erkinlashtirish, turli mulk shakllarini vujudga keltirish, raqobatni rivojlantirishga katta e'tibor berildi. Bu masalalarni hal qilish va, umuman, mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishida tadbirkorlik muhim rol o'ynashi e'tirof etilib, respublikada

tadbirkorlikni shakllantirish va yuksaltirish uchun zarur shart-sharoit yaratishga kirishildi. Birinchi navbatda, O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi va qonunlarida tadbirkorlik tan olindi hamda uning shakllanishi va rivojlanishiga yo'l ochib berildi. 1991-yil 15-fevralda "O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyati to'g'risida"gi birinchi qonun qabul qilindi va u tadbirkorlikning asosiy huquqiy bazasi bo'lib xizmat qildi. Keyinchalik mazkur qonunga zarur o'zgartirishlar va qo'shimchalar kiritilib, u ancha takomillashtirildi hamda yana bir qator qonunlar va qarorlar, qonunosti me'yoriy-huquqiy hujjatlar bilan to'ldirildi va quvvatlandi.

O'zbekistonda tadbirkorlikning rivojlanishida xo'jalik erkinligining oshishi va ma'muriy-qonunchilik cheklovlarining qisqarishi, tadbirkorlik (avvalo, kichik, xususiy, qo'shma tadbirkorlik)ning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi, tadbirkorlik tashabbusining yangi imkoniyatlari va sohalarining ochib borilishi, soliq islohotlari va ma'muriy islohotlar ham katta yordam berdi. Mamlakatda sarmoya bozori va biznesni mablag' bilan ta'minlash imkoniyatlari kengaydi, yangi moliya muassasalari va axborot ta'minoti rivojlandi, patent-litsenziya tizimi mustahkamlandi, xo'jalik faoliyatining yangi turlari paydo bo'ldi va kengayib bormoqda. Respublikada tadbirkorlikni tezroq oyoqqa turg'azish, rivojlantirish, jamiyatda o'ziga munosib o'rinni egallab olishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratildi va ularni yaxshilash davom etmoqda. Ulardan eng muhimi va boshqa shart-sharoitlar uchun asos hisoblanadigani me'yoriy-huquqiy bazadir. Bu baza yildan-yilga kengayib, mustahkamlanib, takomillashib, rivojlanib bormoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1994- yil 21- yanvardagi "Iqtisodiy islohotlarni yanada chuqurlashtirish, xususiy mulk muhofazasini ta'minlash va tadbirkorlikni rivojlantirish to'g'risida"gi Farmoni bilan xususiy mulkka asoslangan tadbirkorlikning shakllanishi iqtisodiy islohotlarning eng asosiy vazifalaridan biri sifatida e'tirof etildi. Bu vazifani bajarish uchun tadbirkorlikni rivojlantirish siyosati va qo'llab-quvvatlash tizimi yaratildi. U O'zbekiston Respublikasi qonunlari, Prezident farmonlari va qarorlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlariga asoslanadi.

1994-yili O'zbekistonning barcha viloyatlari, Qoraqalpog'iston Respublikasi va Toshkent shahri bo'yicha tadbirkorlikni rivojlantirish mintaqaviy dasturlari ishlab chiqildi. 1995- yil 28- avgustda "O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash" "Davlat dasturi" qabul qilindi. Bu dasturlarga har yili tegishli aniqliklar kiritilib, ular uzluksiz amalga oshirilmoqda. Bundan tashqari, tadbirkorlikni rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash siyosatini samarali amalga oshirishni ta'minlashga yo'naltirilgan qator qonunlar, farmonlar, qarorlar qabul qilinib kelmoqda. Ularni ro'yobga chiqarishni tashkil etish va ta'minlash uchun maxsus davlat organlari va nodavlat tashkilotlari tuzildi: O'zbekiston Respublikasi davlat mulkini boshqarish va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasi, Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasi (u 2005- yilda qayta tashkil etilib, tadbirkorlikni rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash vazifalari Davlat mulk qo'mitasidan unga o'tkazildi), tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar palatasi (2004 yilda uning negizida O'zbekiston savdo-sanoat palatasi tuzildi), kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish Respublika muvofiqlashtirish kengashi, tadbirkorlarga xizmat qiluvchi Tadbirkorbanku 2006 yilda Mikrokreditbankka aylantirildi, tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazuvchi organlar, prokuratura va Adliya vazirligi tizimlarida tashkil etilgan fermer va dehqon xo'jaliklari, tadbirkorlik subyektlari huquqlarini himoya qilish boshqarmasi va bo'limlari faoliyat yuritib kelmoqda.

O'zbekistonda tadbirkorlikning rivojlanishida erishilgan yutuqlar bilan birga, bir qator qiyinchiliklar va muammolar, ayrim rahbarlarda tadbirkorlikka nisbatan noto'g'ri munosabat ham mavjud. Natijada kichik biznes va xususiy tadbirkorlik o'z salohiyatini to'la namoyon qila olmayapti, tegishli mutasaddilar esa uni yetarlicha ishga sola olmayotirlar. Ayrim sohalar va tarmoqlarda, xususan, sanoatda va mamlakat eksportida uning roli juda past. Tadbirkorlikning turli sohalardagi o'rni va roli 3. 2- jadvalda keltirilgan ma'lumotlardan ham ko'rinib turibdi (manba: O'zbekiston Respublikasining 2005 – 2008- yillar statistik axborotnomasi ma'lumotlari asosida hisoblangan).

O'zbekistonda kichik tadbirkorlik subyektlarining hissasi

№	Iqtisodiyot tarmoqlari	2004- yil	2008- yil
1.	Sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish	8,4	13,2
2.	Iste'mol tovarlari ishlab chiqarish	21,4	26,9
3.	Oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish	36,0	43,3
4.	Qishloq xo'jaligi yalpi ishlab chiqarishi	93,6	28,0
5.	Chakana tovar aylanmasi	40,3	41,7
6.	Pullik xizmatlar ko'rsatish	42,1	72,0

Yuqoridagi jadvaldan sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishda kichik tadbirkorlikning hissasi past ekanligini ko'rish mumkin. Boshqa sohalarda esa uning hissasi ancha yuqoridir. Shuni ta'kidlash lozimni, sanoatdan tashqari barcha sohalarda kichik tadbirkorlik subyektlaridan yakka tadbirkorlar yetakchilik qilmoqdalar. Tadbirkorlikning yuksalib borishi bilan bu holat kichik korxonalar va mikrofirmalar foydasiga o'zgarishini bashorat qilish mumkin. Buni chet el tajribasidan ham bilish mumkin.

Shuni aytib o'tish lozimki, O'zbekistonda tadbirkorlik uchun zarur bo'lgan shart-sharoitlar yaratilishiga qaramay, amaliyotda jiddiy muammolar uchrab turadi. Xalqaro moliya korporatsiyasi shakllantirgan xulosalaridan biri 4. 3- jadvalda keltirilgan (manba: Soliq va bojxona xabarlari, 2006 № 37).

O'zbekistonda ayrim jarayonlarning muammolilik darajasi (foizda)

№	Jarayonlar	So'rov natijasi	2005- yil tadqiqot natijasi
1.	Import	75	78
2.	Tugatish	73	67
3.	Ekspart	63	63

4.	Litsenziyalash	45	61
5.	Standartlashtirish	33	41
6.	Tashqi moliyalash	32	63
7.	Soliq solish	32	62
8.	Ro'yxatdan o'tkazish	30	40
9.	Tekshiruvlar	30	46
10.	Ruxsatnomalar	27	37
11.	Hisob-kitoblar	20	43
12.	Hisobot	20	–
13.	Sertifikatlash	19	32
14.	Bank operatsiyalari	19	–

Jadvaldan respublikada tadbirkorlikni tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirishdagi muhim masalalarni hal qilishga xalaqit beradigan ko'pgina qiyinchiliklar mavjudligi ko'rinib turibdi. Mavjud qiyinchiliklar va muammolarni tezroq bartaraf etish tadbirkorlikning yanada rivojlanishiga sezilarli yordam bo'lardi.

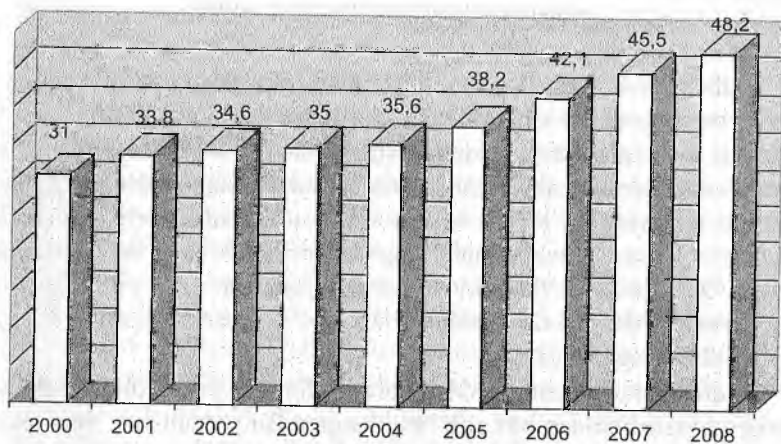
3. 2. JAHON MOLIYAVIY-IQTISODIY INQIROZI SHAROITIDA MAMALAKAT IJTIMOY-IQTISODIY TARAQQIYOTIDA TADBIRKORLIKNING O'RNI VA ROLI

“Bugungi kunning eng dolzarb muammosi – bu 2008- yilda boshlangan jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, uning ta'siri va salbiy oqibatlari, yuzaga kelayotgan vaziyatdan chiqish yo'llarini izlashdan iborat”, – deb ta'kidlaydi O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I. A. Karimov. Bu inqirozning har bir mamlakatga ta'siri, undan ko'riladigan zarar ko'lami, birinchi navbatda, shu davlatning moliyaviy-iqtisodiy tizimining barqarorligi va himoya mexanizmlariga bog'liq. Ma'lumki, O'zbekiston ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti barqaror yuqori sur'atlarga erishgan. Keyingi yillarda mamlakat yalpi ichki mahsuloti yiliga 8 – 9 foizdan ortiq darajada o'sib kelmoqda.

Bunday yutuqlarga erishishda tadbirkorlik sohasi ham ma'lum hissa qo'shmoqda. Chunki yalpi ichki mahsulotning qariyb yarmi, ish bilan band aholining 76 foizi, yaratilayotgan yangi ish o'rinlarining qariyb

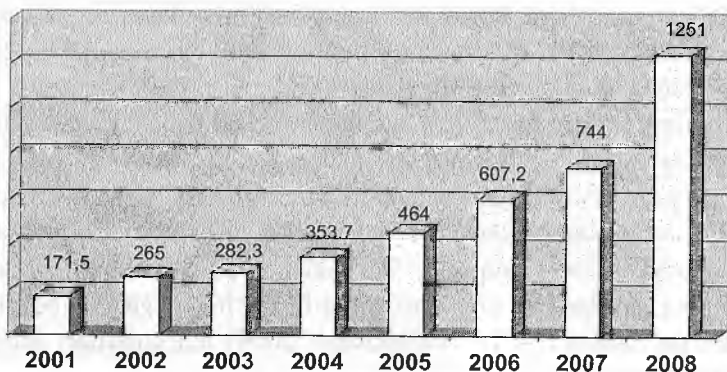
60 foizi aynan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka to'g'ri keladi. Demak, tadbirkorlik mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida muhim rol o'ynaydi va salmoqli o'rin egallaydi.

Buning ustiga, uning roli, ya'ni yalpi ichki mahsulot yaratishdagi ulushi yildan-yilga ortib bormoqda va uni 2010-yilda 50 – 52 foizga yetkazish mo'ljallangan (3.1- chizmaga qarang) (manba: O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I. A. Karimovning “Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari” nomli asarini o'rganish bo'yicha o'quv qo'llanma (– T.: O'zbekiston, 2009) ma'lumotlari asosida tayyorlangan).



3. 1- chizma. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi va uning dinamikasi, foizda

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning respublika ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida muhim rolini e'tiborga olib, uning rivojlanishi davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanadi. 3.2-chizmada uni qo'llab-quvvatlash uchun ajratilgan kreditlar va ularning keskin o'sib borishi aks ettirilgan (yuqorida keltirilgan manba).



3. 2- *chizma*. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qoʻllab-quvvatlash uchun ajratilgan kreditlar, mlrd. soʻm.

2008- yilda korxonalar va tashkilotlarning soliq yukini yanada kamaytirish, mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq toʻlovi 10 foizdan 8 foizga, 2009- yildan boshlab esa 7 foizga tushirilishi, jismoniy shaxslardan olinadigan daromad soligʻi stavkalarining pasaytirilishi tadbirkorlik, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada izchil rivojlantirish uchun kuchli ragʻbatlantiruvchi omil boʻlib xizmat qiladi. Davlatning qoʻllab-quvvatlashi natijasida soʻngi 6 yilda faoliyat yuritayotgan kichik biznes subyektlari soni 1,9 barobar koʻpayib, qariyb 400 mintaga yetdi.

Istiqbolga moʻljallangan dasturlarda tadbirkorlikni rivojlantirish ustuvor yoʻnalishlaridan biri etib belgilangan. Bu yoʻnalishda mamlakat Prezidenti tomonidan tadbirkorlik, kichik biznesning maqomi, oʻrni va ahamiyatini tubdan qayta koʻrib chiqish vazifasi qoʻyilgan va shundan kelib chiqqan holda tegishli chora-tadbirlar belgilangan.

Oʻzbekiston ijtimoiy-iqtisodiy siyosatida kichik biznesni rivojlantirishga katta ahamiyat berilmoqda. Kichik biznesning ixcham va harakatchanligi, bozor konyunkturasi oʻzgarishlari va isteʼmolchilar ehtiyojlariga nisbatan tez moslasha olishi uni jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi davrida yangi ish oʻrinlarini yaratish va aholi daromadlarini oshirish borasida eng qulay va maqbul vositaga aylantiradi.

2009- yilda kichik biznesni yanada qoʻllab-quvvatlash vazifasi har qachongidan koʻra muhim ahamiyat kasb etmoqda. Chunki kichik biz-

nes yangi-yangi ish o'rinlarini yaratib, ish bilan band aholi daromadining 70 foizdan ortig'ini tashkil etmoqda. Shu sababli inqirozga qarshi choralar dasturida kichik biznesni rivojlantirishni rag'batlantirishga alohida e'tibor qaratilgan. Ushbu chora-tadbirlar soliq va kredit imtiyozlari bilan bir qatorda, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay biznes muhitini yaratish maqsadida institutsional islohotlarni yanada chuqurlashtirishni ham o'z ichiga oladi. Jumladan, yangi tashkil etilayotgan kichik va xususiy korxonalarni qo'llab-quvvatlash maqsadida imtiyozli kredit jamg'armasining resurs baza'sini ikki barobar oshirish ko'zda tutilgan, berilgan imtiyozlarning amal qilish muddati uzaytirildi, aylanma mablag'larni to'ldirish uchun beriladigan kreditlarning eng uzoq muddati 12 oydan 18 oygacha oshirildi.

2009-yil 1-yanvardan boshlab sanoat sohasida faoliyat ko'rsatayotgan kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovi stavkasi 8 foizdan 7 foizga tushirildi, moliyaviy, maishiy va boshqa xizmatlar ko'rsatayotgan mikrofirmalar va kichik korxonalar yagona soliq to'lovidan 3 yil muddatga, ularning oladigan dividendlarining investisiyalarga va avval olingan kreditlar foizlarini qaytarishga yo'naltiriladigan qismi 5 yil muddatga soliqdan ozod etildi. Shuningdek, inqirozga qarshi choralar dasturida 2009-yilda xo'jalik yurituvchi subyektlarni tekshirishlar sonini kamida yana 30 foizga kamaytirish ko'zda tutilgan.

Tadbirkorlik subyektlaridan hisoblangan fermer xo'jaliklari qishloq xo'jaligida yetakchi o'rinni egallaydi. Hozirgi vaqtda fermer xo'jaliklari qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishni tashkil etishning eng samarali shakli ekanligini hayot ko'rsatmoqda. Fermer xo'jaliklarini moddiy-texnik ta'minlash va moliyalash bo'yicha bozor iqtisodiyoti tamoyillariga to'la javob beradigan ishonchli tizim va mexanizmlar shakllantirildi va muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatmoqda. Fermer xo'jaliklarini qo'llab-quvvatlash uchun katta moddiy resurs va mablag'lar ajratilmoqda. 2008-yilda qishloq xo'jaligi mahsulotlarining eng muhim turlarini yetishtirish uchun 1 trillion so'm, jumladan, paxta tayyorlashga 800 milliard so'm va g'alla tayyorlashga 200 milliard so'm mablag' avans tariqasida berildi, 2009-yilda esa bunday yordam yana 200 milliard so'mga oshirildi. Qishloq xo'jaligi texnikasini lizing asosida sotib olish bo'yicha maxsus tashkil etilgan jamg'arma hisobidan ushbu maqsadlar uchun 2008-yilda 43 milliard so'mdan ortiq mablag'lar ajratilgan bo'lsa, 2009-yilda 58 milliard so'mdan ko'proq mablag' yo'naltirildi.

Davlat tomonidan ko'rsatilayotgan ana shunday e'tibor va amaliy yordam tufayli 2008- yilda fermer xo'jaliklarining paxta yetishtirishdagi ulushi 99,1 foizni, g'alla tayyorlashda esa 79,2 foizni tashkil qildi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2009- yil 15- mayda qabul qilgan "Tadbirkorlik faoliyatini yanada qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashni yanada kengaytirish va kuchaytirishga mo'ljallangan. Bu qarorda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirishni rag'batlantirishni kuchaytirish, mamlakat iqtisodiyotining barqaror faoliyat yuritishida uning rolini oshirish, yangi ish joylarini shakllantirish va aholi bandligini ta'minlash, shuningdek, xususiy tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish hamda yuritish uchun yanada qulay shart-sharoitlar yaratish, tadbirkorlik subyektlarining huquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilish chora-tadbirlari belgilangan. Ular quyidagilardan iborat:

- tadbirkorlik subyektlarining kadastr hujjatlarini rasmiylashtirish bo'yicha xizmatlar ko'rsatish tariflarini pasaytirish;

- tadbirkorlik obyektlarining arxitektura-rejalashtirish topshiriqlarini ishlab chiqish va ularning loyiha hujjatlarini ekspertizadan o'tkazish qiymatini kamaytirish;

- tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun boj to'lovini eng kam ish haqining 2 barobarigacha tushirish (5 barobar edi);

- tadbirkorlik subyektlarining banklarda hisob raqam ochish uchun to'lovlarini eng kam ish haqining 0,5 barobarigacha, qishloq joylarda esa 0,1 barobarigacha kamaytirish (1 barobar edi);

- kichik korxonalar o'z uylarida ishlaydigan (kasanachi) xodimlarga ega bo'lganda, xodimlari umumiy soni belgilangan me'yoridan 30 foizgacha oshganda ham, kichik korxonalar uchun ko'zda tutilgan imtiyozlardan foydalanishi;

- joylarda davlat boshqaruvi va davlat hokimiyati organlari tomonidan tadbirkorlik subyektlarining qonuniy huquqlariga rioya etilishi monitoringini olib borish va natijalarini har chorakda "Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish bo'yicha Respublika muvofiqlashtirish kengashi"ga taqdim etish;

- joylardagi davlat boshqaruvi va davlat hokimiyati organlarining tadbirkorlar huquqlarini poymol qiladigan yoki cheklaydigan qarorlar-

rini bekor qilish, bunday qarorlar qabul qilgan mansabdor shaxslarni javobgarlikka tortish.

Shunday qilib, tadbirkorlik mamlakatda yalpi ichki mahsulot ishlab chiqarish, yangi ish o'rinlari yaratish va aholi bandligi, daromadlari, farovonligini ta'minlash, mulkdorlar qatlamini shakllantirish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va boshqa ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni hal qilishda katta rol o'ynaydi va yetakchi o'rin egallaydi. Uning bunday roli va o'rni mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti lokomotivi, yetakchisi maqomini belgilab beradi.

QISQACHA XULOSALAR

Jahonda tadbirkorlik o'z taraqqiyotida turli bosqichlarni bosib o'tdi va rivojlanishda davom etmoqda. U har bir mamlakatda o'ziga xos tarzda shakllandi va rivojlandi. O'zbekistonda uning taraqqiyoti zamonaviy tadbirkorlikka yaqin bosqichdan boshlanib, tez sur'atlar bilan, izchil tarzda yuqori bosqichga qarab bormoqda. Lekin bunday rivojlantirish qiyinchiliklarsiz kechmadi va hozirgi kunda ham bu yo'nalishda anchagina muammolar o'z yechimini kutmoqda.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik O'zbekistonning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida katta rol o'ynaydi va yetakchi o'rin egallaydi. Chunki mamlakatda yaratilayotgan yalpi ichki mahsulotning qariyb yarmi va yangi ish o'rinlarining 57 foizi, ish bilan band aholining 76 foizi va aholi daromadlarining 70 foizi aynan ana shu sohaga to'g'ri keladi. Demak, mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti unga bog'liq bo'lib, u ana shu taraqqiyotni belgilovchi asosiy kuchlardan biri hisoblanadi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari ixcham, harakatchan, tez moslashuvchanliklari tufayli jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozini ham nisbatan osonroq kechib o'tishga qodir va buni hayot ko'rsatmoqda. Shu boisdan ham ular inqirozga tez moslashib, uning ta'sirini yumshatib, mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotining to'xtab qolishi yoki retsessiyaga tushishining oldini oladilar. Shuning uchun ham tadbirkorlikning rivojlanishini davlat har tomonlama qo'llab-quvvatlaydi.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Tadbirkorlikning paydo bo'lishi va rivojlanishi.
2. Rivojlangan mamlakatlarda tadbirkorlikning taraqqiyot bosqichlari.
3. O'zbekistonda tadbirkorlikning tan olinishi va boshlanishi.
4. O'zbekistonda tadbirkorlikning rivojlanish xususiyatlari.
5. O'zbekistonda tadbirkorlikning hozirgi holati.
6. O'zbekistonning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida tadbirkorlikning o'rni va roli.
7. Tadbirkorlikning jahon moliyaviy-iqtisodiy inqiroz ta'sirini yumshatish imkoniyatlari.
8. O'zbekistonda tadbirkorlikning kelajakdagi istiqbollari.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Arxitektura – rejalashtirish topshiriqlari – obyektlarning loyihalarini tuzish uchun ishlab chiqiladigan texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlar.

Aholi bandligi – ishga layoqatli aholining ish bilan ta'minlanganligi.

Depressiya – iqtisodiyotda yuqori ishsizlik, past ishlab chiqarish va investitsiyalar hajmi, narxlarning pasayishi va bankrotlikning o'sishi, ish doiralari o'rtasida kayfiyatning tushib ketishi yuz beradigan va saqlanib qoladigan holati va shunday holat hukm suradigan davr.

Inqiroz – iqtisodiyotda keskin burilish bo'lib, ishlab chiqarish va ishchanlikning keskin pasayishi, ishsizlikning o'sishi va daromadlarning kamayishi bilan tavsiflanadi.

Kadastr hujjatlari – davlat kadastr organlari tomonidan uy-joylar, mulk, yerlarni baholash, ularga egalik qilish yoki ulardan foydalanish huquqlarini ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi hujjatlar

Kichik biznes – kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan amalga oshiriladigan biznes faoliyati.

Kichik korxon – o'rtacha yillik ishlovchilari soni sanoatda 100, qurilish, qishloq xo'jaligi va boshqa ishlab chiqarish sohaslarida 50, savdo, xizmatlar ko'rsatish va boshqa noishlab chiqarish sohaslarida 25 kishigacha bo'lgan korxon.

Mikrofirma – o'rtacha yillik ishlovchilari soni ishlab chiqarish sohasida 20, savdo, xizmatlar ko'rsatish va boshqa noishlab chiqarish sohaslarida 5 kishigacha bo'lgan mo'jaz korxon.

Real sektor – moddiy va nomoddiy ne'matlar yaratiladigan, tovarlar ishlab chiqarish, ishlar bajarish, xizmatlar ko'rsatish sohalari majmuyi.

Retssesiya – depressiyaning ko'pgina belgilariga ega bo'lgan (lekin sust darajada) iqtisodiy pasayishning yumshoqroq shakli bo'lib, yalpi ichki mahsulotning ketma-ket ikki va undan ortiq choraklarda pasayish holati va shunday holat hukm so'radigan davr.

Xususiy korxon – mulkdor – yagona jismoniy shaxs tomonidan tuziladigan va boshqariladigan korxon.

Xususiy tadbirkorlik – xususiy mulkka asoslangan tadbirkorlik faoliyati.

Yalpi ichki mahsulot – kimga tegishli bo'lishidan qat'i nazar, mamlakat hududida joylashgan ishlab chiqarish omillari yordamida yaratilgan jami mahsulot.

IV BOB. TADBIRKORLIKNING G'OYAVIY-FALSAFIY ASOSLARI

4. 1. TADBIRKORLIK G'OYASI, UNI SHAKLLANTIRISH VA AMALGA OSHIRISH

Tadbirkorlik bilan shug'ullanmoqchi bo'lgan kishi qandaydir g'oyani o'ylab, uni amalga oshirish yo'llarini izlaydi. Demak, har qanday tadbirkorlik faoliyati g'oyadan boshlanadi. G'oyaning mohiyatiga kelganda u bilim shakllaridan biri hisoblanadi. Lekin g'oya bilimning shunday shakli, unda bilimning ikki darajasi o'zaro bog'liq holda mujassamlashgandir. Ulardan birinchisi bo'lajak biror hodisa, voqea, obyektning tasavvur qilinadigan tasviri, timsoli bo'lsa, ikkinchisi uni ro'yobga chiqarish rejasi hisoblanadi. G'oyada nazariy bilim o'z rivojining yuqori cho'qqisiga yetib, o'zini o'zi inkor qilish va moddiy narsa ko'rinishida gavdalanish bo'sag'asida turadi. Boshqacha aytganda, g'oya sof bilimning tugashi va amaliy hodisa, voqea, jarayonning boshlanishi hisoblanadi. G'oyada obyektivlik subyektning maqsadi, intilishi, ichki ehtiyojiga, ya'ni ideal mo'ljaliga aylanadi. G'oya ideal mo'ljal (oliy maqsad) sifatida quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- 1) muayyan bilim yutuqlarining mujassamlashgan ifodasi;
- 2) ularni moddiylashtirish yo'llari, vositalari, usullari to'g'risidagi bilim;
- 3) unda mujassamlashgan bilimlarni ro'yobga chiqarishga intilish;
- 4) mazkur bilimlarni ro'yobga chiqarish rejasi.

G'oyaning umumiy mohiyatidan kelib chiqqan holda tadbirkorlik g'oyasini ko'rib chiqamiz. Tadbirkorlik g'oyasi – bu tadbirkor tomonidan tashkil etilishi va amalga oshirilishi ehtimol qilingan ish, faoliyat to'g'risidagi umumiy tasavvurdir. Tasavvur esa kishining qandaydir tadbirkorlik faoliyati to'g'risida bilgan, eshitgan, ko'rgan va uning xotirasida qolgan belgilari bo'yicha qayta tiklanadigan umumiy tasviri (sxemasi)dir. G'oyalar ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotga katta ta'sir ko'rsatadi. Ammo bunday ta'sir o'z-o'zidan emas, balki odamlar faoli-

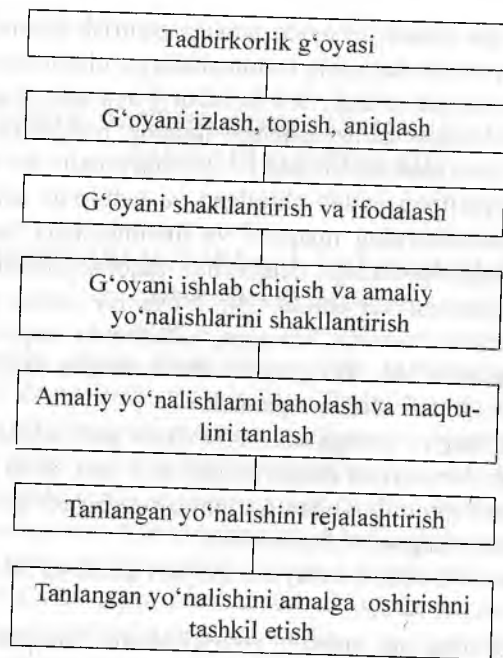
yati orqali amalga oshadi. G'oyani amalga oshirish uchun uni tasavvurdan (umumiy sxemadan) aniq tushunchalarga, ularni esa real amaliyotga aylantirish kerak bo'ladi. Shu boisdan g'oya aniq shakllantirilib, puxta ishlab chiqilishi zarur. Bunday jarayon natijasida g'oyaning amaliy yo'nalishlari shakllantiriladi. G'oyaning amaliy yo'nalishi – bu tadbirkorlik g'oyasining ishlab chiqilgan va tadbirkor uchun muhim tushunchalar (tadbirkorning maqsadi va imkoniyatlari hamda bozor talablariga mosligi, foydaliligi, istiqbolligi, raqobatbardoshligi va hokazolar)da ifodalangan variantidir. Bir g'oya bir necha yo'nalishda ro'yobga chiqarilishi mumkin. Masalan, tadbirkorda mayiz eksport qilish g'oyasi paydo bo'ladi. Bu g'oyani ishlab chiqish natijasida uning quyidagi amaliy yo'nalishlari aniqlanadi:

- 1) bir gektar bog'ni ijaraga olib, 25 t uzum yetishtirish, undan 6 t mayiz tayyorlab, 5 t mayizni eksport qilish va 1 mln. so'm foyda olish;
- 2) 25 t uzum sotib olib, undan 6 t mayiz tayyorlash va 5 t mayizni eksport qilib, 600 ming so'm foyda olish;
- 3) 6 t mayiz sotib olib, 5 t mayizni eksport qilish va 300 ming so'm foyda olish.

Tadbirkor g'oyaning amaliy yo'nalishlarini aniqlab olganidan so'ng, ularni o'z imkoniyatlari nuqtayi nazaridan baholab, eng maqbul yo'nalishini tanlab amalga oshirishi mumkin.

Shuni ta'kidlash lozimki, hamma paydo bo'ladigan g'oyalar ham amalga oshavermaydi. G'oyaning ro'yobga chiqishi uchun u real, dolzarb, istiqbolli, tijoratli bo'lishi kerak. Tadbirkorlik g'oyasini shakllantirish va amalga oshirish bosqichlari umumiy ko'rinishda 4.1-chizmada keltirilgan.

G'oyalarning manbalari ko'p bo'lib, asosiylari iste'molchilar, bozor, oila, qarindoshlar, o'rtoqlar, tadbirkorlik uyushmalari, davlat organlari, yaratilayotgan yangiliklar, reklama va boshqalar hisoblanadi. Masalan, qo'shnilar, hamqishloqlardan "qurilish materiallari shu qishloqqa yetkazib berilsa, yaxshi bo'lardi", degan istaklarini eshitib, tadbirkorda shu ish bilan shug'ullanish g'oyasi paydo bo'ladi; tadbirkor bozordagi vaziyatni kuzatib, qanday tovar ishlab chiqarish yoki qanday xizmat ko'rsatish to'g'risida aniq bir g'oyaga ega bo'ladi; biror yangilik yaratilganligi to'g'risida reklamadan bilib olgan tadbirkorda uni joriy etib, yangi mahsulot ishlab chiqarish g'oyasi tug'ilishi mumkin; tadbirkorning oila a'zolari, yaqinlari, o'rtoqlari beradigan takliflari, maslahatlari-



4. 1- chizma. Tadbirkorlik g'oyasini shakllantirish va amalga oshirish bosqichlari.

dan ham foydali g'oyalar kelib chiqadi; ayrim hollarda davlat organlari tadbirkorlikning ustivor yo'nalishlarida nazarda tutilgan ishlar bilan shug'ullanishni tavsiya etishlari mumkin.

G'oya va uning amaliy yo'nalishini to'g'ri tanlash tadbirkorlikda katta rol o'ynaydi. Noto'g'ri tanlangan g'oya yoki uning amaliy yo'nalishi asosida tashkil etilgan tadbirkorlik faoliyati mag'lubiyatga yuz tutishi shubhasiz. Chet el tajribasidan ma'lumki, tadbirkorlar, korxonalarining sinish sabablaridan biri aynan g'oyaning noto'g'ri tanlanishi hisoblanadi. Shuning uchun g'oya tanlashga juda jiddiy yondashish zarur. Bundan tashqari, tanlangan g'oya va yo'nalishni sinab ko'rib, uning foydaliligi, istiqbolligi, jozibadorligiga ishonch hosil qilish lozim.

Tanlangan amaliy yo'nalishni ro'yobga chiqarish uchun u har tomonlama asoslangan rejaga aylantirilishi, ya'ni puxta ishlab chiqilgan mukammal biznes rejada o'z aksini topishi kerak. Biznes rejada tanlan-

gan yo'nalishni amalga oshirish iqtisodiy, moliyaviy, texnikaviy, tashkiliy, insoniy va boshqa shart-sharoitlari nuqtayi nazaridan baholanadi. Tanlangan yo'nalish ana shunday biznes reja va uning amalga oshirilishi orqali ro'yobga chiqariladi. Shuni aytib o'tish lozimki, tadbirkorlikda tanlangan g'oya va yo'nalishni ro'yobga chiqarishda tezkorlik ham muhim rol o'ynaydi.

4. 2. TADBIRKORLIK FALSAFASI, UNING AHAMIYATI VA SHAKLLANTIRILISHI

Iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar tajribasidan ma'lumki, raqobatda g'olib chiqishning turli yo'llari va vositalari mavjud: mahsulotning sifati, narxi, iste'molchilar talabiga mosligi, ularga mahsulotni tez va qulay tarzda yetkazib berish, g'oyalarni amalga oshirishda tezkorlik va boshqalar. Yana shunday ko'zga tashlanmaydigan vosita borki, undan samarali foydalangan firmalar muvaffaqiyatga erishganlar. Bu tadbirkorlik, biznes falsafasidir. Falsafa odamlarning amalda yo'l tutish umumiy tamoyillarini ishlab chiqib, madaniyat va amaliyot umumiy konsepsiyasi sifatida hayotda muhim rol o'ynaydi. Tadbirkorlik sohasida ham u katta rol o'ynashi mumkin. Tadbirkorlik falsafasi – bu tadbirkorlik to'g'risidagi umumnazariy g'oyalar, qarashlar, tasavvurlar yaxlit tizimi va uning asosida shakllantirilgan tadbirkorlikni tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirishga umumiy yondashuvdir. Demak, tadbirkor falsafasi o'z ishiga madaniy-ma'naviy nuqtayi nazaridan yuksak mezonlar va andozalar asosida shakllantirilgan o'ziga xos yondashuv hisoblanadi.

Rivojlangan mamlakatlarda tadbirkorlik, biznes falsafasi, ayrim kompaniyalarda esa firma falsafasi u yoki bu darajada shakllantirilgan va amal qilib kelmoqda. O'zbekistonda ham tadbirkorlik milliy falsafasini yaratish payti keldi. Biz ana shunday falsafani shakllantirish borasidagi o'z fikr-mulohazalarimizni quyida keltirib o'tamiz.

O'zbekistonda tadbirkorlik milliy falsafasi quyidagi muhim tamoyillarga asoslanishi lozim:

- 1) insoniylik;
- 2) erkinlik;
- 3) mustaqillik;

- 4) tashabbuskorlik;
- 5) sifat va samaradorlik;
- 6) ijtimoiy mas'ullik;
- 7) qonuniylik.

Ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyoti tizimi markazida inson turadi. Bu tizimning asosiy maqsadi inson manfaatlari va kamoloti bo'lishi lozim. Iqtisodiyotning har bir sohasi, tarmog'i, subyekting faoliyati pirovard natijada insonning moddiy va ma'naviy ehtiyojlarini qondirishga xizmat qiladi. Tadbirkorlikning umumiy ijtimoiy-iqtisodiy maqsadi inson (tadbirkorlar, iste'molchilar, xaridorlar, mijozlar) ehtiyojlarini yaxshiroq qondirib, aholining turmush darajasi va farovonligini ko'tarish hisoblanadi.

Tadbirkorlik bilan shug'ullanadigan jismoniy va yuridik shaxslar faoliyat sohasi, turi, shakli va joyini, hamkorlar va xodimlar tanlashda to'la erkin hamda o'z mol-mulki va oladigan foydasini tasarruf etish, qarorlar qabul qilish va o'z faoliyatini yuritishda to'la mustaqil hisoblanadilar. Ularning erkinligi va mustaqilligi O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi, Fuqarolik kodeksi, "Tadbirkorlik faoliyati erkinligi"ning kafolatlari to'g'risida"gi va boshqa qonunlarda mustahkamlangan va kafolatlangan. Faqat ulardan amalda to'g'ri foydalanish lozim.

Tadbirkorlik – bu tashabbuskorlik, izlanuvchanlikdir. Ana shunday fazilatlariga ega bo'lgan kishi haqiqiy tadbirkor bo'lishi mumkin. Bunday tadbirkor mavjud holat va erishgan yutuqlari bilan kifoyalaniq qolmay, doimo yangi-yangi imkoniyatlarni izlab topish va ro'yobga chiqarishda tashabbus ko'rsatadi. Tadbirkorlar yangiliklarni joriy etishda peshqadam bo'lib, boshqalarni ham ergashtirib, ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotga katta hissa qo'shadilar. Shuning uchun ham ularning novatirlik missiyasi jamiyatda muhim rol o'ynaydi.

Tadbirkorlik – bu sifat va samaradorlikdir. Tashabbuskor, izlanuvchan tadbirkorlar xomashyo va materiallarning yangi turlari, ilg'or texnika va texnologiyalar, ishlab chiqarish omillarining yangicha uyg'unligi (kombinatsiyasi), faoliyatni tashkil etish va boshqarishga yangicha yondashuvlarni joriy etib, mahsulot sifatini yaxshilash, ishlab chiqarish xarajatlarini qisqartirish va samaradorligini oshirishga erishadilar. Bozor iqtisodiyoti sharoitida kuchayib borayotgan raqobat sifat va samaradorlikni birinchi o'ringa ko'tarishni taqozo etadi. Bozor talabi va uning o'zgarishlarini yaxshiroq anglab, unga tezroq

moslasha olgan tadbirkorlar raqobatda ustunlikka va natijada yuqori ko'rsatkichlarga erishadilar.

Tadbirkorlik bilan shug'ullanadigan shaxslar o'z zimmlariga ma'lum ijtimoiy mas'uliyat ham oladilar: jamiyat va uning a'zolarini, ularning manfaatlarini hurmat qilish, ularga ziyon yetkazadigan harakatlar qilmaslik, ijtimoiy sohadagi ishlar va aholini ijtimoiy qo'llab-quvvatlashda ishtirok etish va boshqalar.

Tadbirkorlik ma'lum huquqiy muhitni talab qiladi va amal qilayotgan qonunlarga muvofiq tashkil etiladi, amalga oshiriladi, rivojlanadi. O'zbekistonda tadbirkorlik uchun huquqiy muhit, umuman yaratilgan va u takomillashib bormoqda. Respublikada jamiyatning demokratiya asoslari mustahkamlanib borgan sari tadbirkorlik sohasidagi ayrim ma'muriy-huquqiy cheklolar qisqarib, ma'muriy aralashuvlar bartaraf etilib, tadbirkorlik subyektlari erkinligi va mustaqilligi kengayib bordi. Bu jarayon, o'z navbatida tadbirkorlarning ham huquqiy madaniyatini ko'tarib borishni taqozo etadi.

Shuni ta'kidlash lozimki, O'zbekistonda mustaqillikdan so'ng tadbirkorlikka yo'l ochilgan bo'lsa-da, u shu o'tgan qisqa vaqt ichida ancha rivojlanib, jamiyatda o'zining munosib o'rnini egallab bormoqda. Shuning uchun endi uning falsafiy asoslariga nazariy va amaliy jihatdan jiddiy e'tibor qaratishga ehtiyoj sezilmoqda. Birinchi navbatda, respublikada tadbirkorlik milliy falsafasini yaratish, so'ng esa uning asosida har bir tadbirkorlik subyekti o'z falsafasini ishlab chiqishi va joriy etishi lozim bo'ladi. Bunday zaruriyat bozor iqtisodiyoti va raqobatning rivojlanishidan kelib chiqadi. Mazkur yo'nalishda iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar tajribasini o'rganish ham foydali hisoblanadi.

Birinchi bo'lib biznes falsafasi firma falsafasi ko'rinishida Yaponiyada yaratilgan va joriy etilgan. Keyinchalik u G'arb mamlakatlari o'z madaniy qadriyatlariga moslashtirilib qo'llangan. Firma falsafasi quyidagi uch qoidaga asoslanadi:

1) firma falsafasini joriy etuvchilar ham, uni ro'yobga chiqaruvchilar ham, firma muvaffaqiyatini ta'minlovchilar ham uning xodimlaridir;

2) firma ham misoli jonli organizm bo'lib, unda yagona maqsad sari birlashgan odamlar ishlaydilar;

3) firma ham, uning xodimlari ham muntazam ravishda yangilanib, o'zgarib, tashqi muhit o'zgarishlariga moslashib boradilar.

Mazkur qoidalarni ro'yobga chiqarish va firma falsafasini yaratishda har bir xodimning tabiati, qobiliyati, qiziqishi, intilish sabablarini aniqlab olish zarur bo'ladi. Biznes nuqtayi nazaridan odamlar uch toifaga ajratiladi.

1. Iqtisodiy odam. Uning asosiy maqsadi ko'proq pul topish bo'lib, uni ishlatish uchun ko'proq rag'batlantirish va jarima usullarini qo'llash kerak bo'ladi. Agar boshqa firma unga ko'proq pul va'da qilsa, u ishlab turgan joyini bemalol tashlab ketaveradi.

2. Ijtimoiy odam. Bunday odamlar o'z kuchiga ishonmaydilar va davlatdan, firmadan homiylik kutadilar. Ulardan tashabbuskorlikni kutmasa ham bo'ladi.

3. Tashabbuskor odam. Ular o'z imkoniyatlarini amalga oshiruvchilar bo'lib, yangi-yangi takliflar qiladilar va shuning bilan birga, moddiy manfaatdorlikka ham ahamiyat beradilar. Bunday tabiatli kishilar firmaga sadoqatli, uning yaxshi-yomon kunlarida uni qo'llab-quvvatlaydigan va farovonligini ta'minlaydigan odamlardir.

Yuqoridagi g'oyalar va fikrlar asosida shakllantirilgan va amal qilib kelayotgan firma falsafasini ayrim chet el firmalari misolida ko'rib chiqish u bilan batafsilroq tanishishga imkon beradi.

Amerika IBM kompaniyasida "Kompaniyaning eng katta boyligi – uning odamlari" degan shior bor va unga qat'i rioya qilinadi. Bu shior ikki qoidaga asoslanadi. Birinchisi, eng iste'dodli odamlarni kompaniyada ishlashga jalb etish, ularning malakasini oshirib borish, kuchli xodimlarni ushlab qolish bo'lsa, ikkinchisi, rahbariyat tomonidan mustaqillik, tashabbuskorlikni rag'batlantirishdir. Firmada xodimlarni qattiq nazorat qilish o'rniga, ularga erkinlik beriladi, tashabbus ko'rsatish uchun tegishli vakolat ham taqdim etiladi, o'z fikr-mulohazalarini bemalol izhor qilishi va mustaqil ishlashlari uchun zarur sharoit yaratiladi. Bundan ko'rinib turibdiki, kompaniyada ishchi-xodimlarning hurmati joyiga qo'yilgan, ular har tomonlama e'zozlanadi. Kompaniya rahbariyatining fikricha, odamlar o'z imkoniyatlarini ro'yobga chiqara olsalar, nimaga qodir ekanliklarini anglasalar, ishlaridan faxrlansalar shuning o'zi ular uchun katta yutuq hisoblanadi.

Xodimlarni bir oila a'zolari sifatida birlashtirish firma falsafasining ikkinchi qoidasini tadbiq etishni-firma madaniyatini jonlantirishni taqazo etadi. Falsafa madaniyat umumiy konsepsiyasi bo'lganligi tufayli firma falsafasi firma madaniyatida ham o'z aksini topadi. Firma

madaniyati muayyan firmaga xos qadriyatlar, an'analar, urf-odatlar tizimi ko'rinishida shakllanadi. Firma xodimlari o'rtasida hamjihatlik va ularni o'zaro birlashtiruvchi firma madaniyati uning muvaffaqiyatini ta'minlaydigan muhim omildir.

IBMdagi firma madaniyati quyidagi uch tamoyilga asoslanadi:

- odamlarni hurmat qilish;
- kamolotga intilish – “O'ylanglar” shiori ostida;
- xaridorlar (mijozlar)ga sifatli xizmat ko'rsatish.

Bu kompaniyada firma madaniyatida katta e'tibor beriladi. Uning firma madaniyatida kompaniyada shakllangan urf-odatlar, an'analar muhim o'rin egallaydi: xodimlarning bir xil kiyinishlari, rahbarlarning arzon qora kostyum kiyishlari (qo'l ostida ishlaydigan xodimlardan ajralib turmaslik uchun), yangi xodimlarning firmaga a'zo bo'lishlari munosabati bilan har yili bayram o'tkazilishi, firmani tuzgan va uning taraqqiyotiga hissa qo'shgan kishilarni e'zozlash, yangi xodimlarni ular bilan tanishtirish va hokazolar.

Firmada o'sib borayotgan iste'dodli xodimlar 10 yilgacha martaba pog'onasidan ko'tarilmay, bo'limdan bo'limga o'tkazilib, unga firmaning ruhiyati singdiriladi. Natijada u ham malakali mutaxassis bo'lib etishadi, ham firmaning odamiga aylanadi va unga vafodor bo'ladi. Kompaniyada g'oliblik qo'llab-quvvatlanadi. Har bir xodimning imkoniyatlari o'rganiladi va har kimga uning qo'lidan keladigan vazifa topshiriladi, eng kuchli va iste'dodli xodimlar esa “g'oliblar klubi”ga a'zo qilib olinadi.

Shunday qilib, firmada hamma narsa asosiy maqsadga – odamlar faqat pul topish uchun emas, balki o'z oilasi bo'lib qolgan firmaning qudratini oshirish, uning farovonligini ta'minlashga hissa qo'shishga yo'naltirilgan.

Yaponiyalik 23 yoshli Konosuke Matsusita, “Panasonik elektrik” kompaniyasiga asos solgan va unga o'z nomini bergan. Uning birinchi mahsuloti chiroqlar uchun patron ishlab chiqarish bo'lgan. U hozirga kelib Soni, Xitachi, Toshiba, Matsusita kabi savdo belgilari ostida barcha maishiy va idoraviy elektron moslamalari, komputerlar, sanoat va tibbiyot uskunalari, aloqa vositalari ishlab chiqaradigan va dunyo elektronika bozorida yetakchilik qilayotgan mashhur kompaniyaga aylangan. Kompaniya dunyoning 46 mamlakatida ish olib boradi. Konosuke Matsusita “Panasonik” kompaniyasining dunyo elektronika bozori-

da yetakchilikka erishishini ta'minlab bergan falsafaga asos solgan. Kompaniya falsafasi quyidagilardan tashkil topgan:

- xaridorning ustunligi;
- jamiyatga foyda tegadigan daromad;
- erkin boshqaruv;
- hamkorlikda ishlash;
- kompaniya barcha xizmatchilarining boshqaruvda ishtirok etishi;
- halol raqobat;
- insonning mahsulotdan yuqori turishi.

Bundan tashqari, kompaniya falsafasi bir qator qoidalar bilan to'ldiriladi va quvvatlanadi. Bu qoidalar ikki guruhga bo'linadi:

1) kompaniya va ishchilarga mo'ljallangan qoidalar:

- har bir ishchi, hatto nafaqa yoshiga yetgan bo'lsa ham, bu kompaniyada umrining oxirigacha ishlash huquqiga ega;
- kompaniya xodimlari ishdan bo'shsh nimaligini bilmaydilar;

2) ishchilar uchun qoidalar:

- jamiyat rivojiga o'z hissasini qo'shish;
- adolat;
- haqqoniylik;
- hamkorlik;
- birlashish;
- har qanday sharoitga moslashish;
- minnatdorchilik tuyg'usi.

Kompaniya barcha xizmatchilari har kuni mamlakat madhiyasi va Konosuke shiorini aytib ishga kirishadilar. Konosuke shiori quyidagichadir: “Bizning mehnatimiz yashash sharoitimizni yaxshilaydi va biz jamiyat rivojiga ham o'z hissamizni qo'shmoqdamiz”.

Konosuke Matsusita kompaniyani boshqargan davrda (1973- yilgacha) qo'llagan ish uslubi nafaqat o'z kompaniyasida, balki butun Yaponiya biznesida inqilob yasadi. Kompaniyaning hozirgi rahbari Kunio Nakamura ham aynan shu ish uslubiga amal qilib kelmoqda. 1932- yilda Matsusita asos solgan boshqaruv tamoyillari Yaponiya kompaniya boshqaruvi qoidalari maqomiga erishdi.

“Soni korporeyshn” kompaniyasida firma falsafasi “Soni ruhiyati” degan manifestida aks ettirilgan. Unda, jumladan shunday deyilgan: “Soni – pionerdir va hech qachon o'zgalar ketidan bormaydi. Taraqqiyotni ta'minlash orqali Soni butun dunyoga xizmat qilmoqchi

va shuni amalga oshirish maqsadida har doim yangi cho'qqilar sari intiladi". "Soni"ning tamoyili – har bir kimsani hurmat qilish hamda uning qobiliyatini rag'batlantirishdir. U har doim insonning yaxshi fazilatini ochishga intiladi, unga ishonadi va qobiliyatini rivojlantirishga imkoniyat yaratadi. "Soni"ning hayotiy kuchi – ana shundadir. "Soni"ning yangi xodimlariga bayon qilinadigan bu manifesti asta-sekin ularning shaxsiy manifestiga, turmush tarziga, dunyoqarashiga aylanadi.

Shuni ta'kidlab o'tish lozimki, firma falsafasi juda jiddiy, murakkab narsa va uni har qanday, ayniqsa, kichik korxonalarda yaratish qiyin. Lekin bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobatga bardosh berib, rivojlanmoqchi bo'lgan har qanday korxonada o'z falsafasi to'g'risida o'ylashi kerak bo'ladi.

4. 3. TADBIRKORLIK STRATEGIYASI, UNI ANIQLASH VA AMALGA OSHIRISH

Strategiya umumiy holda murakkab, mavhumlashtirilgan abstrakt g'oya ko'rinishda namoyon bo'ladigan faoliyat falsafasidir. Tadbirkorlik strategiyasi – tadbirkorlik faoliyatining harakat yo'nalishi, uni mujassamlashgan rejalashtirish siyosati va maqsadga erishish qoidalari majmuyidir. Tadbirkorlik strategiyasi tadbirkorlik faoliyati istiqbolini belgilashda zarur tadbirlarni aniqlash, ularni bir tizimga solish va amalga oshirish imkoniyatini yaratadi. U tadbirkorlik faoliyatining maqsadiga erishishi va samaradorligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Tadbirkorlik strategiyasi – bu tadbirkorlik san'ati hisoblanadi. U keng ma'noda faoliyat yuritish qoidalari sifatida quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- 1) tadbirkorlik strategik maqsadi va unga erishish qoidalari;
- 2) tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish qoidalari;
- 3) tadbirkorlik faoliyati natijalarini baholash qoidalari: bunda baholash mezonlari bo'lib sifat jihatidan mo'ljal va miqdor jihatidan – ko'rsatkichlar xizmat qiladi;

- 4) tadbirkorlik subyekting tashqi muhit bilan munosabatlari qoidalari: bozorda ishlash qoidalari, qonunlar talablari, davlat organlari, resurslar bilan ta'minlovchilar va boshqalar bilan munosabatlar qoidalari;

5) tadbirkorlik subyektining o'z ichki qoidalar – tashkiliy konsepsiya;

6) tadbirkorlik kundalik ishlarida qo'llaniladigan qoidalar – joriy usullar.

Shuni ta'kidlash lozimki, tadbirkorlik strategiyasi aniq harakatlar emas, balki asosiy yo'nalish bo'lib, u tadbirkorlikni tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish san'ati, ya'ni, bir so'z bilan aytganda, tadbirkorlik san'ati hisoblanadi. Uning asosiy vazifasi, qo'yilgan maqsadga erishish imkoniyatlarini baholash, ularni ro'yobga chiqarish yo'llarini aniqlash va belgilash, samarasiz yo'nalishlarini o'z vaqtida bartaraf etishdir. Shuning uchun strategiya maqsadga erishish asosiy vositasi hisoblanadi.

Tadbirkorlik strategiyasi tadbirkorlik subyektining missiyasi asosida aniqlanadi. Har bir xo'jalik subyekti, shu jumladan, tadbirkorlik subyekti jamiyatda bir yuksak vazifani bajarish uchun tashkil etiladi va faoliyat ko'rsatadi. Ana shunday ijtimoiy yuksak vazifa missiya deb aytiladi.

Tadbirkorlik missiyasi – bu tadbirkorning intilishi, harakatlari va faoliyati tamoyillari, mezonlari, me'yorlari, qoidalar, yo'nalishini belgilab beruvchi yuksak ijtimoiy-iqtisodiy maqsadidir. Tadbirkorning bu maqsadi jamiyat uchun o'z zimmasiga olgan yuksak vazifa hisoblanadi.

Masalan, biror oziq-ovqat mahsuloti ishlab chiqaradigan tadbirkor, (korxonaning) missiyasi aniq iste'molchilar doirasining shu mahsulotga bo'lgan ehtiyojini qondirib, ularning hayotiy (fiziologik) muammosini hal qilish hisoblanadi. Demak, tadbirkor o'z maqsadiga erishishi, ya'ni foyda olishi uchun ana shu vazifani bajarishi kerak. Har bir tadbirkor o'z missiyasini yaxshi anglab olishi, aniq shakllantirishi va ifodalashi, unga muvofiq ish tutishi lozim.

Tadbirkorning missiyasi uning strategiyasini belgilab beradi. Bundan tashqari, strategiyani tanlash va shakllantirishda tadbirkorning salohiyati, mavqeyi, raqobatbardoshligi va boshqa jihatlari ham muhim rol o'ynaydi. Strategiya tanlashda doimo muqobil yo'nalishlar taqqoslanib, har bir yo'nalish bo'yicha bo'lajak yutuqlar va xavf-xatarlar baholanadi hamda samaradorlik aniqlanadi, asosiy raqiblar mavqeyi va o'z mavqeyi taqqoslanadi. Undan so'ng maqbul strategiya tanlab olinadi. Tadbirkorning imkoniyatlari va mavqeyini baholashda bir qator

usullar qo'llaniladi: “Bocton konsalting grupp” matritsasi, “Jeneral elektrik – Makkinzi” matritsasi, “Shel” korporatsiyasi matritsasi, tovar va bozor imkoniyatlari matritsasi va boshqalar.

Tadbirkorlik faoliyatida strategiyaning o'rni quyidagi sxemada ko'rsatilgan: maqsad – prognoz – strategiya – mo'ljal – topshiriqlar – taktika – aniq harakatlar.

Tadbirkorlik strategiyasini rejalashtirish va amalga oshirish umumiy tartibi 4.2-chizmada keltirilgan.

Tadbirkorlik strategiyasi umumiy, xususiy, alohida darajalarda tanlanadi va amalga oshiriladi. Umumiy strategiya xususiy strategiyalar, xususiy strategiya esa alohida strategiyalar majmuyidan tashkil topadi. Xususiy strategiyalarga strategik xo'jalik zonalari (markazlari) bo'yicha marketing, budjet, salohiyat, ishlab chiqarish, mahsulot, bozor, raqobat, o'sish strategiyalari kiradi. Har bir xususiy strategiya bir necha alohida strategiyalarni o'z ichiga oladi. Masalan, tadbirkorning bozor strategiyasining alohida variantlari: bozorga kirish, bozorga chuqurroq singish, bozorni kengaytirish, bozorni segmentlash, yangi bozorni o'zlashtirish, bozor ulushini oshirish, bozordagi mavqeyini mustahkamlash va boshqa alohida strategiyalar bo'lishi mumkin.

Tadbirkorning o'sish strategiyasi quyidagi alohida va undan ham kichik strategiyalar ko'rinishida bo'ladi:

1) intensiv o'sish strategiyasi va uning variantlari:

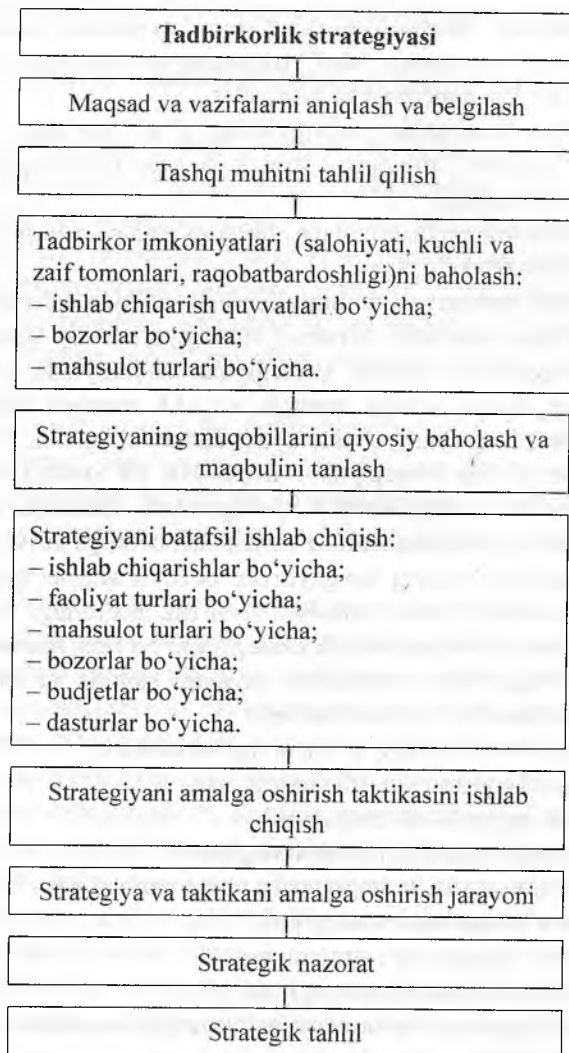
- a) bozorga chuqurroq singish strategiyasi;
- b) bozorni kengaytirish strategiyasi;
- d) mahsulotni takomillashtirish strategiyasi;

2) integratsion o'sish strategiyasi va uning variantlari:

- a) regressiv integratsiya strategiyasi;
- b) progressiv integratsiya strategiyasi;
- d) gorizontal integratsiya strategiyasi;

3) diversifikatsion o'sish strategiyasi va uning variantlari:

- a) konsentrik diversifikatsiya strategiyasi;
- b) gorizontal diversifikatsiya strategiyasi;
- d) konglomerat diversifikatsiya strategiyasi.



4. 2- chizma. Tadbirkorlik strategiyasini aniqlash, ishlab chiqish va amalga oshirish tartibi.

Tadbirkorlik strategiyasi taktika orqali amalga oshiriladi. Taktika – bu aniq harakatlar dasturi bo‘lib, unda qabul qilingan strategiyani amalga oshirish uchun bajarilishi kerak bo‘lgan aniq ishlar va harakatlar,

ularni bajarish muddatlari va xarajatlari, mas'ul shaxslar batafsil aks ettiriladi. Tadbirkorlik strategiyasining amalga oshirilishi va natijalari strategik nazorat va tahlil yordamida baholanadi.

QISQACHA XULOSALAR

Har qanday ish, faoliyat, shu jumladan tadbirkorlik faoliyati ham g'oyadan boshlanadi. Tadbirkorlik g'oyasi tadbirkor tomonidan tashkil etish ehtimol qilingan ish to'g'risida umumiy tasavvur bo'lib, uni amalga oshirish uchun batafsil rejaга aylantirish lozim.

Yuksak madaniy tadbirkorlik aniq bir missiyani bajarishga harakat qiladi va aniq falsafaga asoslanadi. Tadbirkorlik missiyasi – bu tadbirkor faoliyatining tamoyillari, mezonlari, me'yorlari, qoidalari, yo'nalishlarini belgilab beruvchi yuksak ijtimoiy-iqtisodiy maqsadidir. Tadbirkorlik falsafasi tadbirkorlik to'g'risidagi qoidalar, qarashlar, tasavvurlar yaxlit tizimi va uning asosida shakllantirilgan umumiy yondashuv hisoblanadi. Alohida tadbirkor falsafasi esa o'z ishiga madaniy, ma'naviy, ma'rifiy nuqtayi nazaridan yuksak mezonlar va andozalar (standartlar)ga muvofiq shakllantirilgan o'ziga xos yondashuvdir. O'zbekistonda ham bu narsalarga e'tibor qaratish vaqti keldi.

Tadbirkorlik strategiyasi bu tadbirkorlik san'ati bo'lib, faoliyat istiqbolini belgilashda zarur tadbirlarni aniqlash, ularni izchil bir tizimga solish va amalga oshirish imkoniyatini yaratadi. U tadbirkorlik faoliyatining qo'yilgan maqsadiga erishishi va samaradorligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Tadbirkorlik strategiyasi tadbirkorlik subyektining missiyasiga asoslanadi. Tadbirkorlik strategiyasi murakkab mantiqiy tuzilma bo'lib, bir qator xususiy va alohida strategiyalarni o'z ichiga oladi hamda bir necha bosqichlarda amalga oshiriladi. Uni amalga oshirish uchun maxsus taktika ishlab chiqiladi. Natijalari esa strategik nazorat va tahlil yordamida baholanadi.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Tadbirkorlik g'oyasi va uning ahamiyati.
2. Tadbirkorlik g'oyasini shakllantirish va amalga oshirish tartibi.

3. Falsafa va tadbirkorlik falsafasi.
4. Tadbirkorlik falsafasining asosiy tamoyillari.
5. Firma falsafasi va uning ahamiyati.
6. Firma falsafasini shakllantirish.
7. Firma madaniyati va uning roli.
8. Tadbirkorlik strategiyasi va uning zaruriyati.
9. Tadbirkorlik strategiyasining tarkibi va turlari.
10. Tadbirkorlik strategiyasini aniqlash va tanlash.
11. Tadbirkorlik taktikasi va uning roli.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Tadbirkorlik g'oyasi – bu...

A) biror ishning boshlanishi; B) biror ishning natijasi; D) biror ish to'g'risida shakllangan umumiy tasavvur; E) biror ish to'g'risida ma'lumotlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

2. Tadbirkorlik g'oyasi – bu...

A) biror ishning tasavvur qilingan tasviri; B) biror ish to'g'risida shakllangan umumiy tasavvur; D) biror ish to'g'risida mujassamlashgan bilim; E) biror ishni ro'yobga chiqarish rejas; F) barcha javoblar to'g'ri.

3. Tadbirkorlik g'oyasining amaliy yo'nalishi – bu...

A) tadbirkorlik maqsadi; B) tadbirkorlik g'oyasi; D) tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish uchun ishlab chiqilgan varianti; E) tadbirkorlik faoliyatining yo'nalishi; F) tadbirkorlik vazifasi.

4. Tadbirkorlik g'oyasi manbalari.

A) tadbirkorning o'zi va oila a'zolari; B) tadbirkorning o'ртоqlari, yaqinlari, hamkorlari; D) fan-texnika yutuqlari; E) reklama; F) barcha javoblar to'g'ri.

5. Tadbirkorlik falsafasi – bu...

A) tadbirkorlikka umumiy qarashlar va uni amalga oshirishga yondashuv; B) tadbirkorlik faoliyatining yo'nalishi; D) tadbirkorlik faoliyati to'g'risida umumiy tasavvur; E) tadbirkorlik faoliyatini baholash tartibi; F) tadbirkorlik faoliyatini boshqarish tartibi.

6. Tadbirkorlik falsafasi – bu...

A) tadbirkorlik faoliyatining asosi; B) tadbirkorlikni tashkil etish va amalga oshirishga umumiy yondashuv; D) tadbirkorlik umumiy mezonlari; E) tadbirkorlik axborot tizimi; F) tadbirkorlik to'g'risida umumiy tasavvur.

7. Tadbirkorlik falsafasi tamoyillari.

A) sifat va samaradorlik; B) ijtimoiy mas'ullik; D) insoniylik, erkinlik; E) mustaqillik, tashabbuskorlik; F) barchasi.

8. Tadbirkor falsafasi – bu...

A) o'z ishiga yuksak mezonlar va andozalar nuqtayi nazaridan yondashish; B) o'z oldiga qo'ygan maqsadiga erishishga intilish; D) o'z oldiga aniq, buyuk maqsad qo'yish; E) o'z ishini mukammal rejalashtirish; F) barcha javoblar to'g'ri.

9. Korxonalar falsafasi – bu...

A) faoliyatni mukammal rejalashtirish; B) faoliyatni yuksak mezonlar va andozalar asosida tashkil etish va amalga oshirish; D) faoliyatni samarali boshqarish; E) faoliyat samaradorligini oshirish; F) faoliyatni yangi maqsadlarga yo'naltirish.

10. Tadbirkorlik, biznes uchun eng ma'qul odam.

A) ijtimoiy odam; B) iqtisodiy odam; D) tashabbuskor odam; E) tadbirkorga moyil odam; F) mutaxassis odam.

11. Tadbirkorlik missiyasi – bu...

A) tadbirkorlik maqsadi; B) tadbirkorlik vazifasi; D) tadbirkorlikning jamiyatda bajaradigan yuksak vazifasi; E) tadbirkorning maqsadga erishish vositasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

12. Tadbirkorlik strategiyasi – bu...

A) tadbirkorlik faoliyatining harakat yo'nalishi; B) tadbirkorlikda mujassamlashgan rejalashtirish siyosati; D) tadbirkorlikda maqsadga erishish qoidalari majmuyi; E) tadbirkorlik san'ati; F) barcha javoblar to'g'ri.

13. Tadbirkorlik strategiyasining vazifasi.

A) tadbirkorlik faoliyatini aniqlash; B) tadbirkorlik g'oyasini aniqlash; D)

tadbirkorlik faoliyati natijalarini aniqlash; E) tadbirkorlik maqsadiga erishish yo'llari va imkoniyatlarini aniqlash; F) barcha javoblar to'g'ri.

14. Tadbirkorlik strategiyasi tarkibiga kiradi...

A) tadbirkorning marketing strategiyasi; B) tadbirkorning boshqarish strategiyasi; D) tadbirkorning raqobat strategiyasi; E) tadbirkorning tovar strategiyasi; F) barchasi.

15. Tadbirkorlik strategiyasi tarkibiga kiradi...

A) tadbirkorning bozor strategiyasi; B) tadbirkorning budjet strategiyasi; D) tadbirkorning o'sish strategiyasi; E) tadbirkorning ishlab chiqarish strategiyasi; F) barchasi.

16. Tadbirkorlik taktikasi – bu...

A) tadbirkorlik strategiyasining bir varianti; B) tadbirkorlik strategiyasining bir qismi; D) tadbirkorlik strategiyasini amalga oshirish aniq harakatlar dasturi; E) tadbirkorlik faoliyatining umumiy rejasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

17. Tadbirkorlik taktikasida aks ettiriladi:

A) bajariladigan aniq harakatlar va ishlar; B) ishlarni bajaradigan mas'ul xodimlar; D) ishlarni bajarish aniq muddatlari; E) ishlarni bajarish xarajatlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

18. Tadbirkor strategiyasi – bu...

A) strategik qarorlar qabul qilish qoidalari; B) strategik maqsadni aniqlash va unga erishish qoidalari; D) mo'ljalni aniqlash va unga erishishni baholash qoidalari; E) tadbirkorning ichki qoidalari; F) barcha javoblar to'g'ri.

19. Tadbirkor strategiyasini belgilaydi.

A) tadbirkor taktikasi; B) tadbirkor missiyasi; D) tadbirkor foydasi; E) tadbirkor qobiliyati; F) tadbirkor rejasi.

20. Tadbirkor strategiyasini nima belgilaydi?

A) tadbirkor maqsadi; B) tadbirkor qobiliyati; D) tadbirkor taktikasi; E) tadbirkor foydasi; F) tadbirkor faoliyati.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Korxonona (firma) falsafasi – korxonona (firma) faoliyatini yuksak falsafiy-ijtimoiy mezonlar, andozalar asosida tashkil etish va amalga oshirish tizimi.

Strategik nazorat – tadbirkorlik strategiyasini amalga oshirish jarayonini kuzatib borish, unda yo‘l qo‘yilayotgan kamchiliklar va chetlanishlarni aniqlab, ularni bartaraf etish chora-tadbirlarini ko‘rib borish jarayoni.

Strategik tahlil – tadbirkorlik stragiyasini va uni amalga oshirish natijalarini baholash jarayoni.

Tadbirkor falsafasi – o‘z ishiga falsafiy-ijtimoiy-madaniy jihatdan yuksak mezonlar, me‘yorlar, andozalar asosida shakllantirilgan o‘ziga xos yondashuv.

Tadbirkorlik falsafasi – tadbirkorlik faoliyati to‘g‘risidagi falsafiy g‘oyalar, qarashlar, tasavvurlar yaxlit tizimi va uning asosida shakllantirilgan tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirishga umumiy yondashuv.

Tadbirkorlik falsafasi tamoyillari – tadbirkorlik falsafasi asoslanadigan falsafiy-ijtimoiy-madaniy mezonlar, me‘yorlar, andozalar majmuyi.

Tadbirkorlik missiyasi – jamiyat nuqtayi nazaridan tadbirkorlikning yuksak ijtimoiy vazifasi bo‘lib, tadbirkorlikning intilishlari, xatti-harakatlari va faoliyati tamoyillari, qoidalari, yo‘nalishlarini belgilab beradi.

Tadbirkorlik strategiyasi – tadbirkorlik faoliyatining harakat yo‘nalishi, rejalashtirish siyosati, maqsadga erishish vositalari, yo‘llari, qoidalari majmuyi.

Tadbirkorlik (tadbirkor) taktikasi – qabul qilingan tadbirkorlik strategiyasini amalga oshirish uchun bajarilishi zarur bo‘lgan aniq ishlar va harakatlar, ularni bajarish muddatlari va xarajatlari, mas‘ul shaxslar batafsil aks ettirilgan dastur.

Tadbirkorlik (tadbirkor) g‘oyasi – ideal mo‘ljall bo‘lib, tadbirkor tomonidan tashkil etilishi va amalga oshirilishi ehtimol qilingan ish, faoliyat to‘g‘risidagi tasavvur va uni ro‘yobga chiqarish rejasi.

V BOB. O‘ZBEKISTONDA TADBIRKORLIKNING HUQUQIY VA SHARTNOMAVIY ASOSLARI

5. 1. O‘ZBEKISTONDA TADBIRKORLIKNING HUQUQIY ASOSLARI, ULARNING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISHI

Tadbirkorlikni rivojlantirish uchun zarur huquqiy muhitni yaratish yagona konsepsiya asosidagi qonunchilik va me‘yoriy bazani yaratish va doimo takomillashtirib borish tizimining mavjudligini taqozo etadi.

Bunday tizim quyidagilarni nazarda tutadi:

– qonunchilikda xususiy biznesning erkinligi, himoyasi va qo‘llab-quvvatlanishini ta‘minlaydigan aniq huquqiy kafolatlarni belgilash;

– mavjud me‘yoriy-huquqiy bazani yangi qonunlarga muvofiqlashtirish;

– xususiy mulkni hech kim olib qo‘ya olmaydigan huquqini konstitutsiya orqali mustahkamlash;

– xususiy korxonalarining mustaqil ravishda xo‘jalik faoliyati yuritishini, xususiy mulk himoyasi va daxlsizligini kafolatlash;

– qonun hujjatlarini qonun chiqaruvchi, ijro etuvchi va sud organlari, shuningdek, tadbirkorlarning manfaatlarini ifodalaydigan nodavlat tashkilotlari orqali amalga oshirish mexanizmini shakllantirish;

– hududiy, tarmoq, boshqarish va hukumat organlarining, jamoat tashkilotlarining o‘zaro kelishib faoliyat ko‘rsatishi va boshqalar.

Tadbirkorlikning me‘yoriy-huquqiy bazasini quyidagilar ta‘minlaydi:

– qonun chiqaruvchi organlar;

– hukumat organlari: vazirliklar, davlat qo‘mitalari va muassasalari;

– qonun hujjatlarining ayrim qoidalarini aniqlashtiradigan davlat boshqaruv organlari va hokimliklar;

– tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash davlat markaziy organlari;

– tadbirkorlik doiralari manfaatlarini ifodalovchi nodavlat tashkilotlari, shu jumladan, tadbirkorlar uyushmalari;

– qonun hujjatlarini qo‘llash obyektlari hisoblangan va teskari aloqa mexanizmini ta‘minlaydigan tadbirkorlik tuzilmalari;

– respublikada qonun hujjatlariga rioya qilinishi va ularning bir xil talqin etilishini nazorat qiladigan organlar;

– qonun hujjatlarini takomillashtirishning asosiy yoʻnalishlarini aniqlovchi, qonun hujjatlarini ekspertiza qiluvchi, ularni amalda qoʻllash samaradorligini oldindan aytish va monitoringi bilan shugʻullanuvchi ilmiy muassasalar (xorijiy ekspertlar ham kiradi);

– makroiqtisodiyotning strategik va innovatsiya yoʻnalishlarini belgilovchi ijtimoiy-institutsional tashkilotlar va guruhlar.

Tadbirkorlikning meʼyoriy-huquqiy asoslarini qonunlar va qonunosti hujjatlar tashkil qiladi. Ularni ikki guruhga ajratish mumkin: umumiy va maxsus.

Umumiy meʼyoriy-huquqiy hujjatlarga quyidagilar kiradi:

1. Oʻzbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.
2. Oʻzbekiston Respublikasi qonunlari.
3. Oʻzbekiston Respublikasi Oliy Majlisining qarorlari.
4. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining farmonlari va qarorlari.
5. Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarorlari.
6. Vazirliklar, davlat qoʻmitalari va idoralarining meʼyoriy hujjatlari.
7. Mahalliy davlat hokimiyati organlarining qarorlari.

Meʼyoriy-huquqiy hujjatlar Oʻzbekiston Respublikasining qonun hujjatlari hisoblanadi va ular qonun hujjatlari majmuyini tashkil qiladi. Oʻzbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi va qonunlari, Oliy Majlis qarorlari qonunlar hisoblanadi. Qolganlari qonunosti hujjatlardir. Oʻzbekistonda uning Konstitutsiyasi va qonunlarining ustunligi soʻzsiz tan olinadi.

Maxsus meʼyoriy-huquqiy hujjatlar bevosita tadbirkorlik sohasiga tegishli boʻlib, tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, rasmiylashtirish, amalga oshirish, rivojlantirish, qoʻllab-quvvatlash va boshqa masalalarni tartibga soladi. Ularga tadbirkorlikka oid qonunlar, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining farmonlari, Vazirlar Mahkamasi, vazirliklar, davlat qoʻmitalari va idoralari, mahalliy davlat hokimiyati organlarining qarorlari kiradi. Ulardan ayrimlari quyida keltiriladi.

1. Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari toʻgʻrisida. Oʻzbekiston Respublikasi qonuni, 2000- yil 25- may.

2. Xususiy korxonaga toʻgʻrisida. Oʻzbekiston Respublikasi qonuni, 2003- yil 11- dekabr.

3. Fermer xo'jaligi to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi qonuni, 1998- yil 30- aprel.
4. Dehqon xo'jaligi to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi qonuni, 1998- yil 30- aprel.
5. O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi qonuni, 2004- yil 3-dekabr.
6. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasini tashkil qilish to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, 2005- yil 2- may.
7. Xususiy tadbirkorlik va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash jamg'armasi (Biznes fond)ni tuzish to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, 1995-yil 26-iyul.
8. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va korxolarni tarkibiy o'zgartirish jamg'armasini tuzish to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, 2005- yil 2- may.
9. Dehqon va fermer xo'jaliklarini qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tuzish to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, 1999- yil.
10. Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi to'g'risida Nizom. 2003- yil 20- avgust.
11. Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish Respublika muvofiqlashtirish kengashini tuzish to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarori, 1997- yil 28- fevral.
12. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash davlat dasturi va hududiy dasturlar.
13. O'zbekiston Respublikasida xususiy tadbirkorlik to'g'risida Nizom. 1995- yil 15- sentyabr.
14. Qishloq xo'jalik korxonalarini fermer xo'jaliklariga aylantirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarori, 2002- yil 5- yanvar.
15. 2004 – 2006 yillarda fermer xo'jaliklarini rivojlantirish konsepsiyasini amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarori, 2003- yil 30- oktyabr.
16. Kichik tadbirkorlik subyektlarini moliyaviy qo'llab-quvvatlash mexanizmini takomillashtirishga doir chora-tadbirlar to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, 2003- yil, 23- dekabr.

17. Tadbirkorlik subyektlarini tekshirishni yanada qisqartirish va uning tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, 2005- yil 5- oktyabr.

18. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab etganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 2005- yil 15- iyun.

19. Mikrofirma va kichik korxonalarni rivojlantirishni rag'batlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, 2005- yil 20- iyun.

20. Tadbirkorlik subyektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 2005- yil 14- iyun.

21. O'zbekiston iqtisodiyotida xususiy sektorning ulushi va ahamiyatini tubdan oshirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, 2003- yil.

5. 2. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING MAQOMI, HUQUQLARI VA MAJBURIYATLARI

Bozor iqtisodiyotining ijtimoiy bazasini rivojlantirishning asosiy sharti sifatida tadbirkorlik shaxsning mehnat va ijtimoiy faoliyatidagi yangi maqomini belgilaydi. Bu jamiyatning muayyan tarixiy rivojlanish bosqichida unda shakllanadigan ijtimoiy me'yor hisoblanadi. Ma'muriy-huquqiy alomati bo'yicha tadbirkorlik tuzilmalari yakka mulk egasi tomonidan ham, jamoa tarzidagi tadbirkor tomonidan ham taqdim qilinadigan jismoniy yoki yuridik shaxs maqomini olishi mumkin.

Qonuniy huquqlarning hajmi va tashkil bo'lish tartibi bo'yicha O'zbekistonda tadbirkorlik subyektlari uch guruhga ajratiladi: tijorat yuridik shaxslar, notijorat yuridik shaxslar, yuridik shaxs tashkil qilmagan yakka tadbirkorlar.

Tijorat yuridik shaxslar davlat ro'yxatidan o'tgandan so'ng tadbirkorlik subyekti maqomini oladi. Ular unitar korxonona, xususiy korxonona, xo'jalik jamiyati, xo'jalik shirkati, kooperativ va boshqa shaklda tuzilishi mumkin.

Notijorat tashkilotlari o'z ustavlariga muvofiq tadbirkorlik bilan shug'ullanadi, lekin olingan foyda ta'sischi o'rtasida taqsimlanmay, ustavda ko'rsatilgan vazifalarni amalga oshirishga ishlatiladi (matlubot kooperativi, jamoat birlashmalari, ijtimoiy jamg'armalar, muassasalar).

Har bir fuqaro yakka tadbirkor sifatida davlat ro'yxatidan o'tgan paytdan boshlab yuridik shaxs tashkil etmay tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish huquqiga ega bo'ladi. Davlat ro'yxatidan o'tmay turib tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish mumkin emas. Jismoniy shaxsning tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ulanishi uchun ikki narsa talab qilinadi:

1) to'liq ma'noda ishga layoqatlilik va huquqlarning cheklab qo'yilmaganligi;

2) tadbirkorlik ayrim turlari bilan shug'ullanish uchun kasbga doir tayyorgarlik va ko'nikmalarga ega bo'lish hisoblanadi.

Davlat va jamiyat manfaatlari uchun muhim ahamiyat kasb etadigan, shuningdek, amalga oshirishda alohida tayyorgarlik va kasbga doir ko'nikmalar talab qiladigan faoliyat turlari bilan faqat maxsus ruxsatnoma (litsenziya) asosida shug'ullanish mumkin. Bunday faoliyat turlari ro'yxati O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan tasdiqlangan va maxsus ruxsatnoma (litsenziya) berish tartibi tegishli qonun bilan belgilab qo'yilgan. Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qaroriga muvofiq tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish taqiqlangan shaxslar ro'yxati ham tasdiqlangan. Unga ko'ra quyidagi mansabdor shaxslarga tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish taqiqlangan:

– davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari, huquqni himoya qilish organlari xodimlari;

– davlat banklari rahbarlari va ularning o'rinbosarlari, xizmat yuzasidan pul belgilari hamda bank va pul hujjatlariga bevosita aloqador shaxslar;

– davlat korxonalari, tashkilotlari va muassasalari rahbarlari hamda ularning bank hujjatlariga imzo qo'yish huquqiga ega bo'lgan o'rinbosarlari;

– davlat ta'minot va sotish korxonalari, tashkilotlarining rahbar xodimlari;

– tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish va uni nazorat qilish bilan bog'liq masalalarni hal qilish vazifasini ham o'taydigan davlat organlarining rahbar xodimlari va mutaxassislari;

– chakana, ulgurji-chakana savdo, umumiy ovqatlanish davlat birlashmalari va korxonalari, savdo boshqarmalari, trestlarining rahbarlari va ularning o‘rinbosarlari, bosh mutaxassislari, tuzilmaviy bo‘limlar boshliqlari, moddiy javobgar shaxslari.

Bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda tadbirkor maqomini berish obyektiv yoki subyektiv mezonlar asosida amalga oshirilishi mumkin. Bunda tadbirkorlik deganda, bir tomondan, kasbga doir bilimlar, tajribadan foydalangan holda oddiy kasb tarzida shaxs tomonidan biror kasb-hunarga asoslanib, ikkinchi tomondan, shaxsning o‘z nomidan mustaqil xo‘jalik arbobi sifatida amalga oshiriladigan faoliyat tushuniladi. Bitimlar tuzishning kasb-hunarga oidligidan tashqari, shaxsga tadbirkor maqomi berishning sharti, uning o‘z nomidan harakat qiladigan mustaqil tadbirkor kasb-hunar egasi sifatida faoliyat ko‘rsatishi hisoblanadi. Biror jamiyat yoki kompaniya nomidan vakil sifatida ish yurituvchilar tadbirkor hisoblanmaydilar.

Tadbirkorlik subyektlarining asosiy huquqlari quyidagilar:

– qonun hujjatlariga muvofiq o‘ziga tegishli mol-mulkka egalik qilish, undan foydalanish va uni tasarruf etish;

– mustaqil ravishda ishlab chiqarish dasturini shakllantirish, mahsulot yetkazib beruvchi vositachilar va xaridorlarni tanlash;

– tadbirkorlikdan cheklanmagan miqdorda daromad (foйда) olish va uni o‘z ixtiyoriga ko‘ra tasarruf etish (ustun, monopol mavqega ega bo‘lganlardan tashqari);

– o‘z mahsuloti va ishlab chiqarish chiqindilarini bozor konyunkturasidan kelib chiqib, mustaqil belgilangan narxlar bo‘yicha va shartnoma asosida sotish;

– binolar, inshootlar, uskunalar va boshqa mol-mulkni olish, ijaraga (shu jumladan, lizing asosida) olish;

– belgilangan tartibda tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish va boshqalar.

Tadbirkorlik subyektlari yuqorida sanab o‘tilgan asosiy huquqlardan tashqari bir qator maxsus, qo‘shimcha huquqlarga ham ega: ularga firmaga nom qo‘yish, savdo belgisini tanlash va undan foydalanish, o‘z faoliyatini himoya qilish va boshqalar kiradi.

Tadbirkorlik subyektlarining asosiy majburiyatlari quyidagilar:

– o‘zlari tuzgan shartnomalardan kelib chiqadigan majburiyatlarni bajarish;

– yollash asosida jalb qilingan xodimlar bilan o‘z vaqtida hisob-kitob qilish;

– xavfsizlik, ekologiya, sanitariya, gigiyena va mehnatni muhofaza qilish talablariga rioya qilish;

– sotiladigan tovarlarni sertifikatlar bilan ta‘minlash;

– manzili va rekvizitlari o‘zgarganda, bu to‘g‘rida tegishli davlat organlariga o‘z vaqtida xabar berish;

– buxgalteriya va statistika hisoblarini yuritish (yuridik shaxslar uchun);

– o‘z faoliyati to‘g‘risidagi hisobotlarni tegishli organlarga belgilangan tartibda va muddatlarda taqdim etish va boshqalar (yuridik shaxslar uchun).

Qonun hujjatlariga ko‘ra shaxsni tadbirkor sifatida e‘tirof etish bir qator maxsus majburiyatlar tug‘diradi, kasb-hunarni yuritishga doir tashkiliy-xo‘jalik faoliyatida ba‘zi huquqlar va imtiyozlar yaratadi. Tadbirkorlik faoliyatini yuritishga doir maxsus majburiyatlarga quyidagilar kiradi:

– tadbirkorlik subyekting maxsus reyestrda ro‘yxatdan o‘tishi;

– ro‘yxatdan o‘tkazish shaklida tadbirkorning yuridik maqomi va mulkiy ahvoli haqida umumiy ma‘lumotlarni xabar (e‘lon) qilish;

– xo‘jalik faoliyatining borishini nazorat qilib turish, xo‘jalik operatsiyalarining o‘tkazilganligi, ishlarning bajarilganligini isbotlash va natijalarini qayd qilib borish uchun maxsus daftarlar yuritish;

– kreditorlar tomonidan tadbirkordan qarzni undirishga doir ishni ochishlari uchun olingan majburiyatlar bo‘yicha to‘lovlarning to‘xtatilganligini e‘lon qilish;

– bankda o‘zining hisob varag‘ini ochish;

– belgilangan tartibda soliqlar va boshqa to‘lovlarni amalga oshirish;

– o‘z faoliyati to‘g‘risida tegishli hisobotlar taqdim etish va boshqalar.

Qonun hujjatlarida belgilangan majburiyatlar xo‘jalik yurituvchi boshqa subyektlarning manfaatlarini ta‘minlash va himoya qilishni, qo‘shimcha huquqlar esa tadbirkorlarga ba‘zi imtiyozlar berishni nazarda tutadi.

5. 3. TADBIRKORLIKDA XO‘JALIK SHARTNOMALARI

Bozor iqtisodiyoti sharoitida va tadbirkorlikda xo‘jalik yurituvchi subyektlarning o‘zaro munosabatlarini tartibga solishda xo‘jalik shartnomalari katta rol o‘ynaydi. Shu boisdan ham O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi, Fuqarolik Kodeksi, “Xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyatining shartnomaviy- huquqiy bazasi to‘g‘risida”gi Qonun va boshqa qonun hujjatlarida xo‘jalik shartnomalariga katta e‘tibor berilgan.

Shartnoma – kelishuv, bitimning eng ko‘p tarqalgan turi bo‘lib, u qonunchilikda jismoniy yoki yuridik shaxsning huquqlari va vazifalarini belgilash, o‘zgartirish yoki to‘xtatishga qaratilgan harakati hisoblanadi deb e‘tirof etilgan. O‘zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksida berilgan ta‘rifga ko‘ra “Shartnoma bilan ikki yoki bir qancha shaxslarning fuqarolik huquqi va vazifalarini belgilash, o‘zgartirish yoki to‘xtatish to‘g‘risidagi bitim tan olinadi”. “Xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyatining shartnomaviy-huquqiy bazasi to‘g‘risida”gi qonunda shartnomaga quyidagicha ta‘rif berilgan: “Taraflardan biri shartlashilgan muddatda tadbirkorlik faoliyati sohasida tovarlarni yetkazib berish, ishlarni bajarish yoki xizmatlar ko‘rsatish majburiyatini oladigan, ikkinchi taraf esa tovarlarni, ishlarni, xizmatlarni qabul qilib olish va ularning haqini to‘lash majburiyatini oladigan kelishuv xo‘jalik shartnomasi deyiladi”.

Tadbirkorlik sohasida shartnomaviy munosabatlar quyidagi tamoyillarga asoslanadi:

- shartnomalar tuzishning erkinligi;
- taraflarning o‘zaro manfaatdorligi;
- shartnoma intizomiga rioya qilish;
- taraflarning o‘zaro mulkiy javobgarligi.

Dunyo tajribasidan ma‘lumki, shartnoma munosabatlarida muayyan urf-odatlar va odob-axloq qoidalari (or-nomus, qadr-qimmat, odamiylik va hokazolar) ham muhim rol o‘ynaydi. Shartnomaning asosiy funksiyalari quyidagilardan iborat:

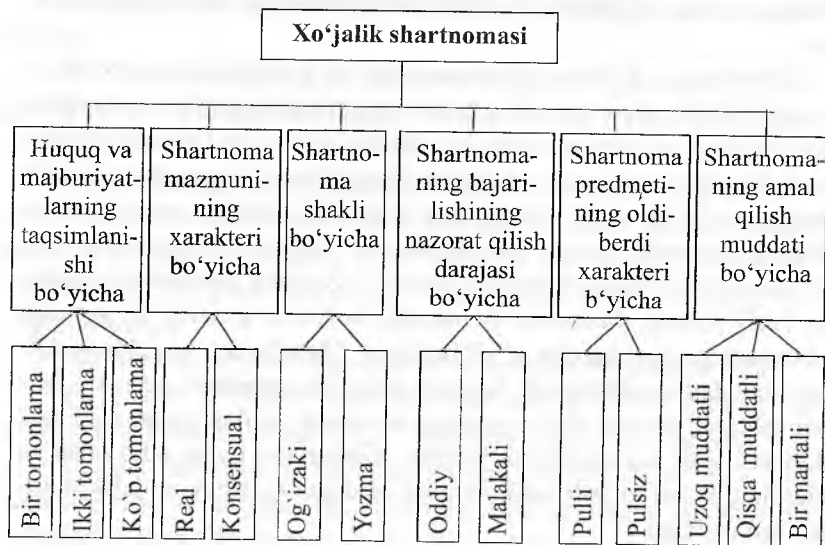
– sheriklar o‘rtasidagi munosabatlarni yuridik jihatdan mustahkamlash va bajarilishini qonun bilan himoya qilish, ularga majburiyat tusini berish;

– sheriklar xatti-harakatlarining tartibi, usullari va izchilligini belgilash;

– majburiyatlarning bajarilishini ta'minlash va ularni buzganlik uchun javobgarlik shakllarini ko'zda tutish;

– majburiyatlarni to'xtatish asoslarini ko'rsatib berish.

Xo'jalik faoliyatida turli-tuman shartnomalar qo'llaniladi. Biz ularning turlari va shakllarini bir tartibga solib, 5. 1- chizmada keltirdik.



5.1- chizma. Xo'jalik shartnomasining turlari va shakllari.

O'zbekistonda xo'jalik faoliyatida, shu jumladan, tadbirkorlikda xo'jalik shartnomalarining quyidagi turlari va shakllari qo'llaniladi:

1) huquq va majburiyatlarning taqsimlanishi bo'yicha:

a) bir tomonlama shartnoma – shartnoma taraflaridan biri faqat huquqqa, ikkinchisi esa faqat majburiyatlarga ega bo'ladi (meros qoldirish, hadya qilish shartnomalari);

b) ikki tomonlama shartnoma – shartnoma tuzgan ikki taraf ham huquq va majburiyatlarga ega bo'ladi;

d) ko'p tomonlama shartnoma – shartnoma ishtirokchilari ikkitadan ortiq bo'ladi (lizing shartnomasi);

2) shartnoma mazmunining xarakteriga qarab;

a) real shartnoma – shartnoma shartlari bo'yicha uning taraflari real harakatlar qilishlari talab qilinadi (tovar jo'natish, xizmat ko'rsatish, pul ko'chirish va hokazo);

b) konsensual shartnoma – real harakatlar qilish talab etilmaydigan kelishuv (topshiriq shartnomasi, komissiya shartnomasi);

3) shakliga ko'ra:

a) og'izaki shartnoma – mahalliy bozorlarda, do'konlarda sotuvchi va xaridor o'rtasidagi oldi-sotdi og'zaki kelishuvlar shaklida bo'ladi;

b) yozma shartnoma – taraflar imzolaydigan huquqiy hujjat shaklida rasmiylashtiriladi;

4) shartnomaning bajarilishini nazorat qilish darajasiga qarab;

a) oddiy shartnoma – shartnomaning bajarilishini shartnoma taraflarining o'zlari nazorat qilib boradilar;

b) malakali shartnoma – shartnoma tuzilgandan so'ng tegishli davlat organida ro'yxatdan o'tkaziladi va uning bajarilishi shartnoma taraflaridan tashqari, uni ro'yxatga olgan organ tomonidan ham nazorat qilinadi (davlat buyurtmasi bo'yicha paxta va g'alla yetkazib berish shartnomalari tuman hokimligida ro'yxatdan o'tkaziladi);

5) amal qilish muddati bo'yicha;

a) uzoq muddatli shartnoma – bir yil va undan ortiq muddatga tuzilgan shartnoma;

b) qisqa muddatli shartnoma – bir yildan oz muddatga tuzilgan shartnoma;

d) bir martalik shartnoma – bir marta bo'lib o'tadigan operatsiyalar, harakatlar bo'yicha tuziladigan shartnoma;

6) shartnoma predmetining oldi-berdi xarakteriga qarab;

a) pulli shartnoma – taraflardan biri o'z majburiyatlarini bajargani uchun haq olishni nazarda tutadigan shartnoma;

b) pulsiz shartnoma – taraflardan biri ikkinchisiga biror narsa berib, evaziga hech narsa olmaydigan shartnoma (hadya, meros shartnomasi).

Shartnoma mazmuni shartlar tizimidan iborat bo'lib, ana shu shartlar asosida shartnoma tuziladi. Shartnoma shartlari ikki guruhga – muhim va nomuhim shartlarga bo'linadi. Muhim shartlar muayyan shartnomadan kelib chiqadigan huquqiy munosabatlarning shakllanishiga va uning mohiyatiga ta'sir etadi. Ularga quyidagilar kiradi:

- shartnoma predmeti to‘g‘risidagi shartlar;
- qonun hujjatlarida muhim deb ko‘rsatilgan yoki mazkur tipdagi shartnoma uchun zarur bo‘lgan shartlar;
- tomonlardan birining arizasiga ko‘ra bitimga kelishish uchun foydalanilgan shartlar;
- shartnoma ishtirokchilari haqidagi ma‘lumotlar;
- shartnoma qiymati va uning amal qilish muddati;
- shartnoma majburiyatlarini bajarish usullari va joyi;
- taraflarning huquqlari va majburiyatlari.

Shartnomaning yuridik kuchiga yoki munosabatlarning shakllanishi va mohiyatiga ta‘sir etmaydigan shartlar nomuhim shartlar hisoblanadi va ularga shartnomaning kuchga kirish vaqti, taraflar o‘rtasidagi kelishmovchiliklarni hal qilish tartibi, shartnomani o‘zgartirish va bekor qilish tartibi, taraflarning manzillari, aloqa o‘rnatish usullari, imzolari va boshqalar kiradi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida hamkorlar o‘rtasidagi barcha amaliy munosabatlar qonunlar va shartnomalar bilan tartibga solib turiladi. Shuning uchun amaliyotda shartnomaga uning ishonchliligini ta‘minlovchi bir qator talablar qo‘yiladi:

1) shartnomadagi qoidalar amaldagi qonunlar talablariga zid bo‘lmasligi kerak;

2) har bir tarafning manfaatlari yuridik jihatdan yaxshi himoyalangan, majburiyatlari esa ularning mas‘uliyati bilan ta‘minlangan bo‘lishi zarur;

3) shartnomada mujmal yoki ikki xil ma‘noli ta‘riflar, ifodalar (“yuridik firt”) bo‘lmasligi va matni aniq, lo‘nda, tushunish uchun oson bo‘lishi kerak.

Yaxshi, puxta tuzilgan shartnoma taraflarning majburiyatlarini noto‘g‘ri talqin etishni istisno qiladi va hamkorlardan biri shartnomani bajarishda noinsofflikka yo‘l qo‘ygan yoki uni beixtiyor buzib qo‘ygan taqdirda ham, ikkinchi tarafga zarar keltirishga imkon bermaydi. Shuning uchun ham xo‘jalik ishlarida shartnoma matnining mantiqiy tuzilishi va ifodasi katta ahamiyatga ega.

Xo‘jalik shartnomasi taraflarining umumiy huquqlari va majburiyatlari qonunda ko‘rsatilgan. Ularning umumiy huquqlari quyidagilardan iborat:

– shartnomani tuzish, bajarish, o‘zgartirish va bekor qilish munosabati bilan zarur bo‘lgan ma’lumotnoma va boshqa hujjatlarni so‘rash va olish, mutaxassislar bilan maslahatlashish;

– davlat organlari va boshqa organlarga, mansabdor shaxslarga iltimosnomalar bilan murojaat etish hamda shikoyatlar berish va ulardan asoslangan yozma javoblar olish;

– boshqa tarafning iqtisodiy ahvoli, nufuzi va ishchanlik jihatlari xususidagi ma’lumotlarni to‘plash;

– tarafdarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilishning, qonunda nazarda tutilgan vositalari va usullarini qo‘llash;

– qonunlar va shartnomada ko‘zda tutilgan boshqa huquqlar.

Shartnoma taraflarining umumiy majburiyatlari quyidagilar hisoblanadi:

– xo‘jalik shartnomasi to‘g‘risidagi qonun hujjatlarining talablariga rioya etish;

– qonunlarda nazarda tutilgan hollarda shartnomalarning o‘z vaqtida tuzilishini ta‘minlash;

– tuzilgan xo‘jalik shartnomalari bo‘yicha zimmalariga olgan majburiyatlarini o‘z vaqtida va belgilangan tartibda bajarish;

– qonunlar va shartnomada ko‘zda tutilgan boshqa majburiyatlar.

Shartnoma qoida tariqasida taraflardan birining oferta (shartnoma tuzish haqida taklif) yo‘llashi va ikkinchi taraf uni akseptlashi (taklifni qabul qilishi) yo‘li bilan tuziladi. Agar taraflar o‘rtasida shartnomaning barcha muhim shartlari bo‘yicha kelishuvga erishilsa, shartnoma tuzilgan deb hisoblanadi.

Xo‘jalik shartnomasi taraflar imzolagan bitta hujjatni tuzish yo‘li bilan, shuningdek, pochta, telegraf, teletayp, telefon, elektron aloqa yoki hujjat shartnomadagi tarafdin chiqqanligini aniqlash imkonini beradigan boshqa aloqa yordamida hujjatlar almashish yo‘li bilan tuzilishi mumkin.

Shartnomalar yuridik xizmat yoki jalb etilgan advokat tomonidan ekspertizadan o‘tkazilishi lozim. Eng kam oylik ish haqi miqdorining ikki yuz baravaridan ortiq summadagi shartnomalar yuridik xizmat yoki jalb etilgan advokatning yozma xulosasini olgandan so‘nggina imzolanadi. Davlat ehtiyojlari uchun tovarlarni yetkazib berish, ishlarini bajarish, xizmatlar ko‘rsatish shartnomalari tuzish va ularni bajarish ishlarini mahalliy davlat hokimiyati organlari muvofiqlashtirib va nazorat qilib boradilar.

Shartnomaning umumiy tarkibiy tuzilishi uning alohida qismlaridan iborat bo'lib, quyidagi strukturaga ega:

1) kirish qismi – shartnoma tartib raqami va nomi, imzolangan vaqti va joyi, shartnoma taraflari va ularning yuridik maqomi, uni imzolagan shaxslarning ism-sharifi va mansabi, shartnoma tuzishga asos bo'lgan hujjat;

2) shartnoma predmeti – tovarlar, ishlar, xizmatlar, buyumlar, mulkiy huquqlar, pul, qimmatli qog'ozlar, ixtiro, san'at namunalari, fan, adabiyot, san'at asarlari va aqliy faoliyatning boshqa natijalari, shaxsiy mulkiy huquqlar, boshqa moddiy va nomoddiy ne'matlar, ularning miqdori va sifat ko'rsatkichlari, narxi va umumiy summasi;

3) taraflarning huquqlari va majburiyatlari – huquqlari va majburiyatlarining hajmi va mazmuni amaldagi qonunlar asosida kelishib belgilanadi: taraflar qonunlarda ko'zda tutilmagan huquqlar va majburiyatlarni ham kiritishlari mumkin, lekin ular amaldagi qonunlarning umumiy me'yori va mohiyatiga zid bo'lmasliklari kerak;

4) o'zaro hisob-kitoblar tartibi – to'lov shakllari, valuta turi, to'lov muddati, haq olish huquqi boshlanadigan payt, hisob-kitoblarni o'zaro taqqoslash tartibi;

5) qo'shimcha shartlar – shartnomaning amal qilish muddati, majburiyatlar bajarilmagan taqdirda mas'uliyat belgilash va keltirilgan zararni qoplash hamda majburiyatlarning bajarilishini ta'minlovchi boshqa choralar (garov, kafillik, ishontirish xati, kafolat, qarzdorning mol-mulkini ushlab qolish, pul ushlab qolish va boshqalar);

6) boshqa shartlar – shartnomaning kuchga kirish vaqti, kelishmovchiliklarni hal qilish tartibi, shartnomani o'zgartirish va bekor qilish tartibi, shartnoma nusxasining soni, imzolar, muhr va boshqa ma'lumotlar.

Shartnoma munosabatlarining muhim bosqichi uning ijrosi hisoblanadi. Bu jarayon moddiy ijrodan, ya'ni o'zaro majburiyatlarning bajarilishidan, ijroning hujjatlar asosida tasdiqlanishidan iborat. Shartnoma uning shartlariga hamda qonunlar talablariga muvofiq ravishda, bunday shartlar va talablar bo'lmagan hollarda esa ish muomalasi odatlari, ish-bilarmonlik udumlariga muvofiq bajarilishi lozim. Shartnoma shartlari buzilganda uni buzgan tarafga ikkinchi taraf yozma talabnoma bildirishi mumkin. Talabnomada quyidagilar ko'rsatilishi lozim:

– talabnoma bildirayotgan va bildirilayotgan xo‘jalik subyektlarining nomlari;

- talabnoma bildirilayotgan sana va uning raqami;
- talabnoma bildirish uchun asos bo‘lgan holatlar;
- talabnomada bayon etilgan holatlarni tasdiqlovchi dalillar;
- arz qiluvchining talablari;
- talabnoma summasi va uning hisob-kitobi;
- arz qiluvchining to‘lov va pochta rekvizitlari;
- talabnomaga ilova qilinadigan hujjatlar ro‘yxati.

Talabnoma taqdim etgan taraf rad (qisman rad) javobi olganda yoki belgilangan muddatda javob olmaganida sudga da‘vo arizasi bilan murojaat qilishi mumkin. O‘zbekiston Respublikasi qonunlariga muvofiq (bu shartnomada ham aniqlashtirilgan holda aks ettirilishi zarur) shartnoma shartlari bajarilmagan yoki lozim darajada bajarilmagan taqdirda shartnomani buzgan taraf ikkinchi tarafga:

1) majburiyatni bajarmagan har bir holati uchun belgilangan miqdorda jarima to‘laydi;

2) jarimadan tashqari, shartnoma shartlarining buzilishi oqibatida yetkazilgan zararni, shu jumladan, boy berilgan foydani ham qoplashi kerak.

Shunday qilib, shartnomalarni zarur darajada tuzish va bajarish har bir tadbirkor, xo‘jalik yurituvchi subyekt uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Shuning uchun bu masalalar odatiy ishga aylanishi va kundalik hayotga kirishi lozim. Bunday talablar bozor iqtisodiyoti qonunlari va tamoyillaridan kelib chiqadi.

QISQACHA XULOSALAR

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirish mukammal huquqiy bazaga asoslanadi. Bunday bazani umumiy me‘yoriy-huquqiy hujjatlar hamda tadbirkorlikka oid qonunlar va qonunosti hujjatlar tashkil etadi. O‘zbekistonda, umuman, tadbirkorlik uchun zarur huquqiy baza yaratilgan va u takomillashtirib borilmoqda, Faqat ularni yaxshi bilib olish va ulardan samarali foydalanish lozim.

Amal qilayotgan me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish va amalga oshirish tartib-qoidalari, tadbirkorlik

subyektlarining maqomi, huquqlari, majburiyatlari va mas'uliyatlari, tadbirkorlar shug'ullanishlari man etilgan ayrim faoliyat turlari va tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish man etilgan mansabdor shaxslar belgilab berilgan.

Tadbirkorlik faoliyatida muhim rol o'ynadigan huquqiy hujjatlardan biri xo'jalik shartnomasi hisoblanadi. Tadbirkorning sheriklari, hamkorlari, davlat organlari va boshqa subyektlar bilan iqtisodiy munosabatlari xo'jalik shartnomasida aniqlashtiriladi va ana shu shartnoma asosida amalga oshiriladi. Shartnoma sheriklar, hamkorlar o'rtasidagi munosabatlarni huquqiy jihatdan mustahkamlaydi va ularga majburiyat tusini beradi, qabul qilingan majburiyatlarning bajarilishini ta'minlaydi, sheriklar xatti-harakatlari tartibi va izchilligini belgilab beradi. Shartnoma ixtiyoriy ravishda taraflarning biri taklifi bilan ikki taraf kelishuvi asosida tuziladi. Asosiy talab: shartnoma amal qilayotgan qonun hujjatlariga zid bo'lmasligi kerak.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Tadbirkorlikning huquqiy asoslari va ularning ahamiyati.
2. Umumiy me'yoriy-huquqiy hujjatlar va tadbirkorlikda ularning roli.
3. Tadbirkorlikka oid maxsus me'yoriy-huquqiy hujjatlar va ularning roli.
4. "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida"gi qonun, uning ahamiyati va mazmuni.
5. Tadbirkorlik subyektlarining maqomi.
6. Tadbirkorlik subyektlarining huquqlari.
7. Tadbirkorlik subyektlarining majburiyatlari.
8. Xo'jalik shartnomalari va tadbirkorlikda ularning roli.
9. Xo'jalik shartnomalarining turlari va ularning tavsifi.
10. Tadbirkorlikda xo'jalik shartnomalarini tuzish va bajarish.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Tadbirkorlikning huquqiy asoslaridan hisoblanadi:

A) tadbirkorlik subyektining huquqlari; B) tadbirkorlik subyektining majburiyatlari; D) tadbirkorlik subyektining maqomi; E) "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida"gi qonun; F) barchasi.

2. Tadbirkorlikning huquqiy asoslariga kiradi:

A) O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi; B) O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi; D) “Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida”gi qonun; E) “Xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyatining shartnomaviy – huquqiy bazasi to‘g‘risida”gi qonun; F) barcha javoblar to‘g‘ri.

3. Tadbirkorlikning huquqiy asoslariga kirmaydi:

A) tadbirkorlik subyektlarining huquqlari; B) “Xususiy korxonaga to‘g‘risida”gi Qonun; D) “Fermer xo‘jaligi to‘g‘risida”gi Qonun; E) “Dehqon xo‘jaligi to‘g‘risida”gi Qonun; F) to‘g‘ri javob yo‘q.

4. Tadbirkorlik subyektining huquqi hisoblanadi:

A) davlat ro‘yxatidan o‘tish; B) soliq organida hisobga turish; D) hisobotlar topshirish; E) cheklanmagan miqdorda foyda olish; F) barchasi.

5. Tadbirkorlik subyektining huquqlariga kiradi:

A) soliq organida o‘ziga tegishli ma‘lumotlarni olish; B) biror birlashmaga a‘zo bo‘lish; D) o‘z firma nomiga ega bo‘lish; E) cheklanmagan miqdorda foyda olish; F) barcha javoblar to‘g‘ri.

6. Tadbirkorlik subyektining majburiyati hisoblanadi:

A) o‘ziga tegishli mol-mulkni tasarruf etish; B) o‘zi tuzgan shartnoma majburiyatlarini bajarish; D) o‘z firma nomiga ega bo‘lish; E) maxsus firma blankalariga ega bo‘lish; F) olgan foydasi to‘g‘risida xabar berish.

7. Tadbirkorlik subyektining majburiyatlariga kiradi:

A) ayrim muassasalarga homiylik qilish; B) xayriya jamg‘armalariga pul o‘tkazish; D) foyda ololmaganda soliq organiga xabar berish; E) ishchi-xodimlar bilan o‘z vaqtida hisob-kitob qilish; F) to‘g‘ri javob yo‘q.

8. Tadbirkorlarga man qilingan:

A) aroq import qilish; B) aroq eksport qilish; D) aroq ishlab chiqarish; E) aroq sotish; F) barcha javoblar to‘g‘ri.

9. Tadbirkorlik bilan shug‘ullanishga kimlar haqli emas?

A) mahalliy davlat hokimiyati organlari xodimlari; B) davlat banklari rahbarlari; D) davlat ta‘minot – savdo idoralari boshliqlari; E) davlat boshqaruv organlari xodimlari; F) barcha javoblar to‘g‘ri.

10. Yuridik shaxs bo'lmagan tadbirkorlik bilan shug'ullanish:

A) mumkin emas; B) mumkin; D) soliq to'lagandan so'ng mumkin; E) litsenziya olgandan so'ng mumkin; F) to'g'ri javob yo'q.

11. Yuridik shaxs bo'lmagan tadbirkorlik hamma turlari bilan shug'ullanish:

A) mumkin; B) mumkin emas; D) ro'yxatdan o'tgandan so'ng mumkin; E) soliq to'lasa mumkin; F) muhri va tamg'asi bo'lsa mumkin.

12. Xo'jalik shartnomasiga kiradi:

A) xizmat ko'rsatish shartnomasi; B) yetkazib berish shartnomasi; D) sug'urta shartnomasi; E) kredit shartnomasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

13. Xo'jalik shartnomasiga kirmaydi:

A) kontraktatsiya shartnomasi; B) fyuchers shartnomasi; D) lizing shartnomasi; E) ijara shartnomasi; F) mehnat shartnomasi.

14. Malakali shartnoma hisoblanadi:

A) ko'p tomonlama shartnoma; B) ekspertizadan o'tkaziladigan shartnoma; D) tegishli organlarda ro'yxatdan o'tkaziladigan shartnoma; E) murakkab shartnoma; F) barcha javoblar to'g'ri.

15. Shartnoma muhim shartlariga kiradi:

A) taraflarning vazifalari; B) taraflarning majburiyatlari; D) taraflarning huquqlari; E) taraflarning o'zaro hisob-kitob qilish tartibi; F) barcha javoblar to'g'ri.

16. Shartnoma muhim shartlari:

A) taraflar o'rtasidagi nizolarni hal qilish tartibi; B) taraflarning manzillari; D) shartnomaning kuchga kirish vaqti; E) shartnomaning tuzilgan vaqti; F) to'g'ri javob yo'q.

17. Shartnomaning muhim bo'lmagan shartlari:

A) shartnoma predmeti; B) shartnomaning amal qilish muddati; D) shartnoma qiymati; E) taraflarning imzolari; F) taraflarning majburiyatlari.

18. Xo'jalik shartnomasini tuzish taklifi kimdan chiqishi mumkin?

A) sotuvchidan; B) xaridordan; D) ish bajaruvchidan; E) mijozdan; F) barcha javoblar to'g'ri.

19. Shartnoma noqonuniy hisoblanadi:

A) tarafdardan birining taklifi bilan tuzilgan bo'lsa; B) yuqori tashkilot ruxsatisiz tuzilgan bo'lsa; D) yuridik shaxs bilan jismoniy shaxs o'rtasida tuzilgan bo'lsa; E) tarafdardan birini majbur qilish yo'li bilan tuzilgan bo'lsa; F) to'g'ri javab yo'q.

20. Tadbirkorlik umumiy me'yoriy-huquqiy hujjatlariga kiradi:

A) O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi; B) O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi; D) O'zbekistonda mulkchilik to'g'risidagi qonun; E) O'zbekistonda xususiylashtirish to'g'risidagi qonun; F) barcha javoblar to'g'ri.

21. Tadbirkorlikka oid maxsus me'yoriy-huquqiy hujjatlarga kiradi:

A) "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida"gi qonun; B) "O'zbekiston iqtisodiyotida xususi sektorning ulushi va ahamiyatini tubdan oshirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida" O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni; D) "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi to'g'risida Nizom"; E) "Mikrofirma va kichik korxonalarni rivojlantirishni rag'batlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni; F) barcha javoblar to'g'ri.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Huquqiy muhit – mamlakatda tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish, qo'llab-quvvatlash uchun qulay huquqiy shart – sharoitni ta'minlaydigan qoninchilik tizimi.

Jismoniy shaxs – jamiyatda tegishli harakatlar sodir etadigan va o'z huquqlarini ro'yobga chiqaradigan alohida fuqaro.

Maxsus me'yoriy-huquqiy hujjatlar – bevosita tadbirkorlik sohasiga oid me'yoriy-huquqiy hujjatlar.

Me'yoriy-huquqiy hujjatlar – O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi, huquqiy kodekslar, qonunlar, Oliy Majlis qarorlari, Prezident farmonlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari, boshqa vakolatli iboralar yo'riqnomalari, ko'rsatmalari, normativlari, nizomlari majmuasi.

Notijorat tashkilotlari – foyda olish emas, balki boshqa ijtimoiy foydali maqsadlarda tuzilgan jamoat birlashmalari, ijtimoiy jamg'armalar, muassasalar.

Tadbirkorlik faoliyatining kafolatlari – tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirish bo'yicha tadbirkorlik subyektlarining qonuniy harakatlari, huquqlari, manfaatlari, erkinligi, mustaqilligi va boshqa jabhalarini qonunlar bilan ishonchli himoya qilinishi.

Tadbirkorlikning huquqiy asoslari – tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish, qo'llab-quvvatlash masalalarini tartibga solib turuvchi qonunlar, O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlis qarorlari, Prezident farmonlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari va boshqa me'yoriy hujjatlar majmuasi.

Tadbirkorlik maqomi – davlat ro'yxatidan o'tib, tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish huquqiga ega bo'lgan tadbirkorlik subyektning ijtimoiy me'yori.

Tijorat tashkilotlari – daromad ko'rish, foyda olish maqsadida tashkil etilgan korxonalar, firmalar, tashkilotlar.

Umumiy me'yoriy-huquqiy hujjatlar – jamiyatning barcha sohalariga tegishli bo'lgan me'yoriy-huquqiy hujjatlar.

Yuridik shaxs – egaligida, xo'jalik yuritishida yoki operativ boshqaruvida mol-mulkka ega bo'lgan va o'z majburiyatlari bo'yicha shu mol-mulk bilan javob beradigan shuningdek mustaqil balansga ega bo'lgan korxonalar, tashkilot, muassasa va ularning mustaqil bo'linmalari.

Xususiy sektor – jamiyatning xususiy mulkka asoslangan tadbirkorlik sohasi.

Xo'jalik shartnomasi – taraflardan biri shartlashilgan muddatda tovarlarni yetkazib berish, ishlarni bajarish yoki xizmatlar ko'rsatish majburiyatini oladigan ikkinchi taraf esa tovarlar, ishlar, xizmatlarni qabul qilib olish va haqini to'lash majburiyatini oladigan kelishuv.

VI BOB. O‘ZBEKISTONDA TADBIRKORLIK MUHITI

6. 1. TADBIRKORLIK MUHITINING MOHIYATI VA TARKIBI

Tadbirkorlik faoliyati muayyan muhitda tashkil etilishi, amalga oshirilishi, rivojlanishi mumkin. Bunday muhit tadbirkorlik uchun hayotiy zarurdir, chunki bunday muhitsiz tadbirkorlik to‘g‘risida gap ham bo‘lishi mumkin emas. Shuning uchun tadbirkorlik muhitining mazmun-mohiyatini chuqurroq anglab olish tadbirkorlik faoliyatini to‘g‘ri tashkil etish, samarali olib borish va boshqarishga katta yordam beradi.

Ayrim adabiyotlarda va ommaviy axborot vositalarida tadbirkorlik muhiti, shart-sharoitlari, omillari tushunchalarini chalkashtirib yuborish hollari uchraydi. Bunday holat esa ularni nazariy o‘zlashtirishda ham, amaliy qo‘llashda ham qiyinchiliklar tug‘diradi. Shuning uchun ularni nazariy jihatdan aniqlab olish muhim ahamiyat kasb etadi. Buning uchun, bizningcha, mazkur tushunchalar aks ettiradigan hodisalar va ularning tadbirkorlik faoliyatidagi rolini tahlil etish zarur.

Shuni ta’kidlash lozimki, tadbirkorlik muhiti, shart-sharoitlari, omillari o‘zaro dialektik aloqadorlikda bo‘lgan hodisalardir. Ularning dialektikasi shundan iboratki, mazkur hodisalar o‘zaro chambarchas bog‘liq holda mavjud bo‘ladi va harakat qiladi, bir-birlari shakllariga o‘tib turadilar. Tadbirkorlik shart-sharoitlari tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun imkoniyatlar bo‘lib, ular potentsial holda mavjud. Ular ro‘yobga chiqarilib, tadbirkorlik faoliyatiga jalb etilib, muayyan jarayonda u yoki bu darajada ishtirok qilgan taqdirda tadbirkorlik omili rolini bajaradi. Ayrim hollarda bir jarayonda ishtirok etgan omil boshqa bir jarayonda ishtirok etmasligi mumkin. Muayyan jarayonda ishtirok etmagan hodisa omil bo‘lmay, potentsial imkoniyat darajasida qoladi. Shuning uchun tadbirkorlik shart-sharoitlari va tadbirkorlik omillarini bir-biridan muayyan faoliyatda, jarayonda qanday darajada ishtirok etishiga muvofiq ajratish mumkin. Boshqacha aytganda, muayyan tadbirkorlik faoliyatida bajaradigan roli, vazifasiga qarab, ularning qaysi-

lari tadbirkorlik shart-sharoitlari va qaysilari tadbirkorlik omillari ekanligi aniqlanadi.

Tadbirkorlik faoliyatida bevosita ishtirok ham unga bevosita ta'sir ham etmay, faqat potentsial imkoniyat darajasida yoki shaklida mavjud bo'lgan hodisalar tadbirkorlik shart-sharoitlari bo'lib hisoblanadi. Ularning ayrimlari tabiatan mavjud bo'lsa, ayrimlari jamiyat tomonidan yaratiladi va ulardan tadbirkorlik faoliyatida turli darajada foydalaniladi. Muayyan tadbirkorlik faoliyatida bevosita ishtirok etadigan hamda unga bevosita ta'sir ko'rsatadigan kuchlar tadbirkorlik omillari bo'lib xizmat qiladi. Tadbirkorlik muhiti esa ularning ikkalasini ham o'z ichiga oladi. Demak, tadbirkorlik muhiti – bu tadbirkorlik shart-sharoitlari va tadbirkorlik omillari majmuyidir.

Biz, yuqoridagi mulohazalardan kelib chiqqan holda, tadbirkorlik muhiti, uning tarkibi va tasnifiga aniqliklar kiritib, yaxlit bir tizimga keltirishga harakat qildik. Tadbirkorlik muhitini quyidagicha tasniflash ma'qul deb hisoblaymiz:

1) muhit komponentlarining tadbirkor tomonidan nazorat qilinishiga qarab:

a) ichki muhit – tadbirkor tomonidan nazorat qilinadigan yoki tadbirkorga bog'liq muhit;

b) tashqi muhit – tadbirkor tomonidan nazorat qilinmaydigan yoki tadbirkorga bog'liq bo'lmagan muhit;

2) muhit komponentlarining tadbirkorlik faoliyatida ishtirok yoki ta'sir etish darajasiga qarab:

a) ishki muhitning tadbirkorlik faoliyatida bevosita ishtirok etuvchi komponentlari;

b) ichki muhitning tadbirkorlik faoliyatiga bevosita ta'sir etuvchi komponentlari;

d) tadbirkorlik faoliyatiga bevosita ta'sir etuvchi maxsus tashqi muhit komponentlari.

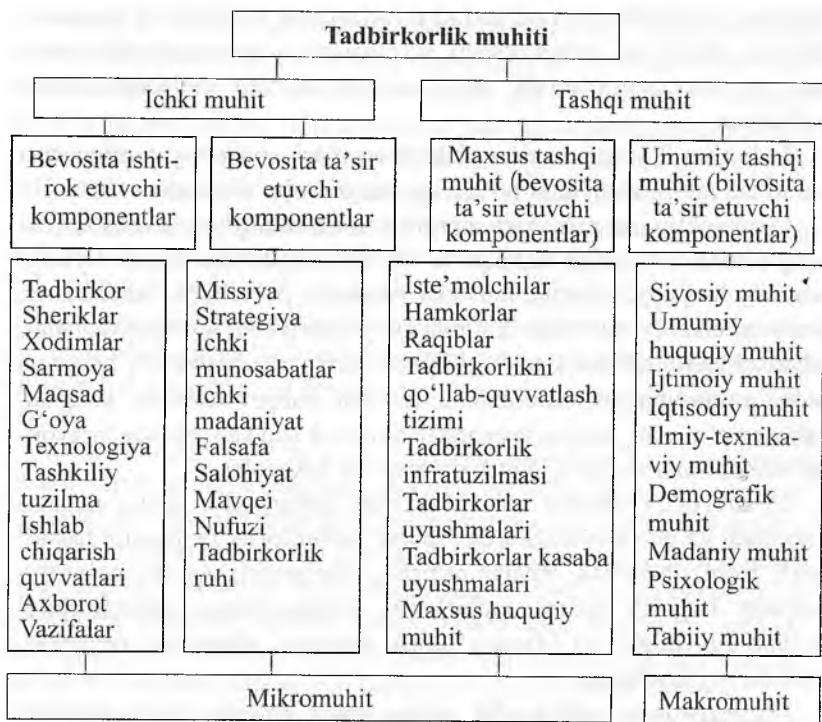
e) tadbirkorlik faoliyatiga bilvosita ta'sir etuvchi umumiy tashqi muhit komponentlari;

3) muhitning tadbirkorlik faoliyatiga aloqadorligiga qarab:

a) mikromuhit – tadbirkorlik faoliyatiga bevosita aloqador bo'lgan muhit;

b) makromuhit – tadbirkorlik faoliyatiga bilvosita aloqador bo'lgan muhit.

Tadbirkorlik muhitining tasnifi va tarkibi 6.1- chizmada keltirilgan.



6. 1- chizma. Tadbirkorlik muhitining tasnifi va tarkibi

6. 2. TADBIRKORLIK SHART-SHAROITLARI VA ULARNING AHAMIYATI

Tadbirkorlik shart-sharoitlari – bu tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun tabiatan mavjud bo'lgan hamda jamiyat tomonidan yaratilgan imkoniyatlar majmuyidir. Bu imkoniyatlar ikki xil xarakterga ega va shuning uchun ikki guruhga-obyektiv va subyektiv imkoniyatlarga, ya'ni shart-sharoitlarga bo'linadi.

Tadbirkorlikning obyektiv shart-sharoitlari – bu mamlakatda tabiatan mavjud imkoniyatlar bo'lib, ularga quyidagilar kiradi: birlamchi tabiiy resurslar, ya'ni xomashyo, turli materiallar, yoqilg'i-energetika boyliklari, suv resurslari, tabiiy iqlim, yil fasllari va mavsumlari, min-

taqaning geografik o'ri va hududiy joylashishi, o'simlik va hayvonot dunyosi, aholi soni, uning o'sishi, joylashishi va iqtisodiy faollik darajasi, ish bilan ta'minlanishi, tabiiy, xalqaro va milliy ixtisoslashish va boshqalar.

Tadbirkorlikning subyektiv shart-sharoitlari – bu jamiyat tomonidan yaratiladigan imkoniyatlar bo'lib, quyidagilarni o'z ichiga oladi:

1) subyektiv umumiy shart-sharoitlar jamiyatning hamda iqtisodiyotning barcha sohalariga taalluqli bo'lib, quyidagilardan iborat: siyosiy, umumiy huquqiy, ijtimoiy, iqtisodiy, madaniy, psixologik, mafkuraviy, ilmiy-texnikaviy muhitlar, umuminsoniy qadriyatlar va munosabatlar, ishlab chiqaruvchi kuchlar va ishlab chiqarish munosabatlari, bozor va bozor munosabatlari, infratuzilma, raqobat, xalqaro iqtisodiy aloqalar, axborot ta'minoti, kadrlar tayyorlash tizimi va shu kabi boshqa jarayonlar va hodisalarning rivojlanish darajasi va hokazolar;

2) subyektiv maxsus shart-sharoitlar tadbirkorlik uchun maxsus yaratiladi va ular quyidagilardan iborat: tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, rasmiylashtirish, amalga oshirish, rivojlantirishga oid me'yoriy-huquqiy hujjatlar tizimi, tadbirkorlik infratuzilmasi, tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va himoya qilish tizimlari, dasturlari, organlari, shakllari va boshqalar.

O'zbekistonda tadbirkorlik uchun zarur bo'lgan shart-sharoitlar asosan yaratilgan, mavjud obyektiv shart-sharoitlar yetarli: mamlakatdagi tabiiy boyliklar, o'simlik va hayvonot dunyosi, energiya, yer, suv, mehnat va boshqa resurslar tadbirkorlikni xomashyo, yoqilg'i-energiya va boshqa kerakli materiallar bilan to'liq ta'minlashga qodir, iqlimi ham tadbirkorlik uchun qulay. Tadbirkorlikni amalga oshirish va rivojlantirish uchun jamiyat tomonidan ham qulay shart-sharoitlar yaratilgan: tadbirkorlikka oid qonunchilik shakllangan va tadbirkorlar foydasiga takomillashtirib borilmoqda, tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati amal qilib kelmoqda, mazkur siyosatning samaradorligini oshirish maqsadida tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash Davlat dasturi qabul qilingan, maxsus davlat organlari va nodavlat tashkilotlari tuzilgan, tadbirkorlik subyektlari uchun bir qator imtiyozlar belgilangan, ularning erkin va mustaqil faoliyat yuritishlari, huquqlari va mol-mulkleri kafolatlangan va hokazo. Bunday imkoniyatlar yildan-yilga kengayib bormoqda.

Ammo O'zbekistonda tadbirkorlikni tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirishda hali anchagina qiyinchiliklar va muammolar mavjudligi oldingi bobda ta'kidlab o'tilgan edi (4.3-jadvalga qarang). Bunday qiyinchiliklar va muammolar mavjud, yaratilgan va yaratilayotgan imkoniyatlardan samarali foydalanishga to'sqinlik qiladi, ayrim hollarda esa ularni yo'qqa chiqarib yuborishi ham mumkin.

Tadbirkorlikni yo'lga qo'yish va rivojlantirish shart-sharoitlarini tadbirkorlar yaxshi anglab olishlari zarur. Aks holda, tadbirkor mavjud imkoniyatlardan ham to'la foydalana olmaydi va natijada oldiga qo'ygan maqsadiga ham erisha olmaydi. Bundan tashqari tadbirkorlik faoliyatini muvaffaqiyatli boshlamoqchi va amalga oshirmoqchi bo'lgan har bir tadbirkor kamida quyidagi beshta shartga rioya qilishi zarur:

1) ish boshlamoqchi bo'lgan sohani yaxshi bilishi kerak. Muayyan sohani yaxshi bilmagan taqdirda, shu soha bo'yicha boshqa bir mutaxassis topib, bevosita ish jarayonini boshqarishni unga topshirishi lozim;

2) ish boshlashdan oldin, umuman, mahsulot emas, balki mahsulotning aniq turi, variantini ishlab chiqarishni o'ylash va rejalashtirish kerak. Bu esa bozordagi talabni bilishni taqozo etadi. Aks holda, anchagina mablag' va mehnat sarf qilinib, ishlab chiqarilgan mahsulot sotilmay qolishi va natijada tadbirkorlik faoliyati barbod bo'lishi mumkin;

3) shaxsiy aloqalarni mustahkamlash, kengaytirish va tadbirkorlikni amalga oshirishda ulardan samarali foydalanish lozim. Tadbirkorlikda shaxsiy aloqalar, tanish-bilishlik ham katta rol o'ynaydi. Ishga yordami tegadigan tanish-bilishlarni ham mazkur ishga qiziqtirib, ularni taqdirlashni ham unutmashlik kerak;

4) barcha resurslarni rejalashtirilgan mahsulotni ishlab chiqarishga safarbar eta olish va moddiy ta'minotni yo'lga qo'ya olish muhim tadbirlardan hisoblanadi. Ishlab chiqarishni xomashyo, materiallar, yoqilg'i, elektr-energiyasi va boshqa ishlab chiqarish vositalari bilan o'z vaqtida va uzluksiz ta'minlash muvaffaqiyat garovidir;

5) mahsulot sotish tizimini samarali tashkil etish zarur. Muhim tadbirkorlik mahorati – o'z mahsulotiga xaridorlarni jalb qila bilish va ularni uzoq saqlab qolishdir. Bu ishlarni hamkorlarga ham namoyon qilib, ularni ishning istiqbolli ekanligiga ishontirish kerak.

Iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda mutaxassislar tomonidan tadbirkorlikning bankrotga uchrashining asosiy sabablari deb quyidagilar e'tirof etilgan:

- 1) puxta bir g'oyani topa olmaslik;
- 2) mahsulotni xaridorlarga yetkazib berish va sotish mukammal tizimini yarata olmaslik;
- 3) faoliyatni yetarli darajada moliya resurslari bilan ta'minlay olmaslik.

6. 3. TADBIRKORLIK OMILLARI VA ULARNING ROLI

Tadbirkorlik faoliyati bir qator omillar ishtirokida hamda ta'siri ostida amalga oshiriladi. Tadbirkorlik omillari – bu tadbirkorlik faoliyatida bevosita ishtirok etuvchi resurslar hamda unga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi kuchlardir. Ularning tasnifi va tarkibi yuqoridagi 6.1-chizmada keltirilgan edi. Bu yerda ularning ayrimlari batafsil ko'rib chiqiladi.

Tadbirkorlik ichki muhiti komponentlaridan eng muhimi inson omili bo'lib, u asosiy rol o'ynaydi. Bu omilning tadbirkorlikda, biznesda muhim o'rin egallashi va asosiy rol o'ynashi to'g'risida rivojlangan mamlakatlar biznes olamida shakllangan ikki fikrni keltirish kifoya qiladi. Birinchisiga ko'ra biznesning 85 foizini odamlar, 10 foizini kapital, 5 foizini pul tashkil etar ekan. Ikkinchisi esa hamma kishi tadbirkor bo'lishi mumkin, lekin hamma tadbirkor bo'la olmaydi deb ta'kidlaydi. Demak, tadbirkorlikda inson hal qiluvchi omil bo'lib, boshqa omillarni tashkil etish, yo'naltirish, ishlatish ham unga bog'liqdir. Tadbirkor bo'lish uchun shaxs tadbirkorlik qobiliyatiga, muayyan fazilatlariga ega bo'lishi kerak. Avvalambor, tadbirkorning umuminsoniy fazilatlarini mukammal darajada bo'lishi lozim. U madaniyatli, odobli, halol, to'g'riso'z, o'z so'zi ustidan chiqadigan, ishonchni oqlaydigan, boshqalarni va ularning manfaatlarini hurmat qiladigan, yuqori saviyali inson bo'lishi zarur. Bu fazilatlar tadbirkorlikda, biznesda katta rol o'ynaydi, tadbirkorga obro' bag'ishlaydi. Bunday fazilatlarini rivojlangan bozor iqtisodiyoti va madaniy tadbirkorlik taqazo etadi. Umuminsoniy fazilatlardan tashqari, tadbirkor bo'lish uchun inson bir qator maxsus fazilatlariga ham ega bo'lishi kerak.

Amerika "Makber end kompani" firmasi besh yil davomida (XX asr 80-yillarining ikkinchi yarmi) eng kuchli va omadli tadbirkorlar shaxsini o'rganib, ularga xos quyidagi o'nta maxsus fazilatning tadbirkor uchun muhim ekanligini aniqlagan.

1. Tashabbuskorlik va izlanuvchanlik. Tadbirkor odam erishgan muvaffaqiyatlari bilan qoniqib to'xtab qolmasdan, doimo oldinga intilishi va izlanishi, faoliyatini yuksaltirishi uchun tashabbuskorlik bilan yangi- yangi va noan'anaviy yo'llar, usullar, vositalar, imkoniyatlar izlab topishi va ulardan samarali foydalanishga harakat qilishi kerak. Shundagina u raqobatga bardosh beribgina qolmay, unda ustunlikka ham erishib, bozordagi o'rni va mavqeyini saqlab qolishi hamda mustahkamlashi mumkin. Muvaffaqiyatlarga erishmoqchi bo'lgan tadbirkor vaziyatdan har doim bir qadam oldinda yurishi va bo'lajak o'zgarishlarni oldindan ko'ra bilish qobiliyatiga ega bo'lishi lozim. Tadbirkorlik faoliyatini tadqiq qilgan olimlarning ta'kidlashlaricha, tarkibida 3 – 5 foiz tashabbuskor kishilar bo'lgan xalq hech qachon og'ir kunga qolmaydi. Har bir tashabbuskor tadbirkor kamida 50 kishini boqishi mumkinligi ham hisob-kitoblar asosida isbotlangan.

2. Qat'iyatlilik va tirishqoqlik. Tadbirkorlik yo'lida ko'pgina qiyinchiliklar uchrashi mumkin. Tadbirkor uchraydigan qiyinchiliklardan cho'chimay, ulardan osonroq o'tish yo'lini topib, o'z maqsadi sari qat'iyatlik bilan, kerak bo'lsa, bir emas, bir necha marotaba harakat qilishdan toymaydigan bo'lishi lozim. Buning uchun esa u maqsadiga erishish uchun tanlagan strategiyasini o'zgarimas tamoyil sifatida emas, balki o'zgarib borayotgan sharoitga ephillik bilan moslashtirishga qodir bo'lishi zarur. Bozor iqtisodiyoti sharoitida, xususan, bozorda vaziyat tez o'zgarib boradi, bunday sharoitda tadbirkorga moslashuvchanlik qobiliyati qo'l keladi.

3. Tavakkalga doimo tayyor bo'lish. Tadbirkorlik, biznes tavakkalsiz bo'lmaydi. Tadbirkorlar yo'lida uchraydigan xavf-xatarlar oz emas, buning ustiga, muhit va vaziyatning o'zgarishi mavjud xavf-xatarni kuchaytirishi va yangilarini tug'dirishi ham mumkin. Shuning uchun tadbirkorlikda o'z maqsadimga 100 foiz erishaman deb biror kishi ayta olmaydi. Bunday sharoitda tadbirkor uchun eng muhimi – uchrashi mumkin bo'lgan xavf-xatarlarni oldindan baholab, ularni bartaraf etish yoki susaytirish choralarini ko'rib, tavakkalni minimal darajaga tushirishga harakat qilishdir. Shuni ta'kidlash lozimki, tavakkalchilikda ham me'yor, chegara bor, lekin u hamma vaqt va hamma uchun bir xil bo'lmaydi. Ana shu me'yorni aniqlash va topish oson bo'lmaydi, ammo uni topishga harakat qilish zarur. Yapon tadbirkorligida tavak-

kalchilikning umumiy me'yori sifatida ko'pincha 70:30 nisbat uchraydi. Bu tavakkal darajasi 30 foizgacha bo'lgan ish bilan shug'ullansa bo'ladi degan gap.

4. Asosiy maqsad – samaradorlik va sifat bo'lishi kerak. Rivojlangan bozor sharoitida raqobat asosiy vositalari mahsulot sifati va faoliyat samaradorligi hisoblanadi. O'zbekistonda ham bozor munosabatlarining rivojlanib borishi bilan asosiy e'tibor miqdoriy ko'rsatkichlardan sifat va samaradorlikka ko'cha boradi. Shuning uchun bizning tadbirkorlar ham yangi vaziyatga tayyor bo'lishlari lozim. Umuman, tadbirkorlik faoliyatining boshidayoq tadbirkorlar o'z mahsulotlarini yaxshiroq, sifatliroq, arzonroq ishlab chiqarish va yetkazib berishni asosiy vazifa qilib qo'yishlari kerak.

5. Mas'uliyatni o'z zimmasiga olish. Tadbirkorning erkin, mustaqil harakat qilish huquqi barcha mas'uliyatni o'z zimmasiga olishni taqozo etadi. Demak, tadbirkor javobgarlikdan qochmaydigan, mas'uliyatni o'z bo'yniga olishdan qo'rqmaydigan, o'z mas'uliyatini boshqalarga yuklamaydigan kishi bo'lishi kerak.

6. Maqsadni aniq qo'yish va unga intilish. Aniq qo'yilgan maqsad unga erishishni osonlashtiradi va shu yo'ldagi harakatlarning xatolarini kamaytiradi. Lekin bu qo'yilgan maqsad o'zgarib qolishi shart degan gap emas. Tajriba oshib, imkoniyatlar kengayib borishi, vaziyat o'zgarishi bilan qo'yilgan maqsadga ham aniqliklar kiritib borish mumkin. Ammo har tomonlama puxta o'ylab qo'yilgan maqsadga tez-tez o'zgartirishlar kiritib borish zarur bo'lmaydi. Bu esa, o'z navbatida, faoliyatni aniq rejalashtirish va shu reja asosida izchil harakat qilishga imkon beradi.

7. Maksimal darajada axborotga ega bo'lish (maksimal darajada xabardorlik). Ma'lumki, har qanday ishni amalga oshirish, qaror qabul qilish muayyan axborotga asoslanadi. Tadbirkor samarali ish olib borishi uchun bozor, talab, xaridorlar, xomashyo va tovar manbalari kabi o'z faoliyati uchun muhim narsalar haqida to'liq axborotga ega bo'libgina qolmay, ularda sodir bo'lishi mumkin bo'lgan o'zgarishlardan ham xabardor bo'lishi kerak. Tadbirkorlikda axborotning roli beqiyos va u yanada oshib boradi. Har bir tadbirkor o'ziga zarur bo'lgan axborotni to'plab, tartibga solib, boyitib, tahlil qilib borishi maqsadga muvofiq.

8. Muntazam rejalashtirish va nazorat qilish. Tadbirkorlik faoliyati boshlanishidan oldin rejalashtiriladi. Undan keyingi davrlarda ham muntazam ravishda rejalashtirishni kanda qilmaslik kerak. Tuzilgan re-

jani aniq vazifalarga bo'lib chiqish uni bajarish uchun talab qilinadigan harakatlar va ularning izchilligi, oraliq muddatlarini belgilash hamda rejaning bajarilishini nazorat qilishni osonlashtiradi. Albatta, belgilangan rejalarning bajarilishini kuzatib, kerak bo'lganda, tegishli aniqliklar kiritib borish zarur.

9. O'zgalarni ko'ndirish va aloqa o'rnatish qobiliyati. Tadbirkorlik – bu odamlar o'rtasidagi muloqotdir. Shuning uchun ham odamlarga ta'sir o'tkazish, ularni o'z tarafiga ag'darib olish qobiliyati katta ish beradi. Qo'yilgan maqsadga erishish uchun ham shaxsiy, ham ish yuzasidan o'rnatilgan aloqalarni mustahkamlab, ulardan samarali foydalanish lozim.

10. Mustaqillik va o'z kuchiga ishonish. Tadbirkor mustaqil harakat qiladigan, muammolarni mustaqil hal etadigan, mustaqil qarorlar qabul qiladigan bo'lishi zarur. Bundan tashqari, u o'z kuchiga ishongan, boshqalarning fikr-mulohazalarini eshitib, shu bilan birga, mustaqil fikrlab, to'g'ri qarorlar qabul qilish qobiliyatiga ega bo'lishi lozim.

Shunday qilib, uddaburon tadbirkorlar yuqoridagi fazilatlarga ega bo'ladilar. Bu yerga M. Smol tomonidan tadbirkorlarga va tadbirkor bo'lmoqchi bo'lgan odamlarga qarata aytgan ikki muhim fikrini keltirishni lozim deb hisoblaymiz:

1) har bir kimsa o'z qo'lidan keladigan ish bilan shug'ullanishi kerak;

2) har bir kishi o'zining nimalarga qodir ekanligini bilib olishi kerak.

Tadbirkorlik fazilatlari tegishli bilimlar, ko'nikmalar, mahorat bilan boyitib borilsa, ular yanada kuchayib, mukammallashib boradi. Bularning hammasi tadbirkorning yaxshi natijalarga erishishi uchun muhim omillar bo'lib xizmat qiladi.

Tadbirkor sheriklari uning faoliyatiga sarmoya kiritib, tadbirkorlikni tashkil etish, amalga oshirish, boshqarishda bevosita ishtirok qiladilar va, demak, faoliyat natijalari ularga ham bog'liqdir. Ishchi-xodimlar esa ishlab chiqarish vositalari yordamida ishchi harakatlar va jarayonlarni bajarib, mahsulot, qiymat, shu jumladan, qo'shimcha qiymat (foйда) yaratadilar.

Tadbirkorlik maqsadi va missiyasi o'zaro bog'liq, lekin bir-biridan farq qiladigan tushunchalar va omillardir.

Tadbirkorning shaxsiy manfaatlarini ta'minlaydigan moddiy -moliyaviy natija (foyda) tadbirkorlik maqsadi bo'lsa, jamiyat manfaatlaridan kelib chiqadigan yuksak vazifa tadbirkorlik missiyasi hisoblanadi. Missiya maqsadga nisbatan kengroq ko'lamda va yuksakroq darajada namoyon bo'ladi. Masalan, yirik shoxli qoramolchilik bilan shug'ullanadigan fermerning asosiy maqsadi sut va go'sht mahsulotlari yetishtirish va ularni sotib, foyda ko'rish hisoblanadi. Uning missiyasi esa aholining sut va go'sht mahsulotlariga bo'lgan ehtiyojlarini to'laroq qondirib, iste'molini belgilangan fiziologik me'yorlar darajasiga yetkazish va natijada sog'lom turmush tarzini shakllantirishga hissa qo'shish bo'lishi mumkin. Tadbirkorlik maqsadi va missiyasining aniq-ravshan ifodalanishi, belgilanishi, qo'yilishi ularga erishishni osonlashtirib, yaxshiroq natijalarga olib keladi.

Qo'yilgan maqsadga erishishni ta'minlaydigan vazifalar, ularni bajarish izchilligi, muddatlari, ijrochilari, nazoratini aniqlash va belgilash hamda belgilangan tartibda amalga oshirish ham muvaffaqiyat garovidir.

Tadbirkorlik faoliyatining tashkiliy tuzilmasi turli shakllarga ega bo'lishi mumkin: yakka tadbirkorlik, xususiy firma, mas'uliyati cheklangan jamiyat va hokazo. Muhimi shunday tashkiliy tuzilma tanlab olish va uni maqsadga muvofiqlashtirish kerakki, u mo'ljallangan natijalarga yuqori darajada erishishni ta'minlasin.

Har qanday tadbirkorlik faoliyati ham sarmoya moddiy, nomoddiy, moliyaviy resurslarni taqozo etadi. Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirish uchun zarur bo'lgan moddiy-moliyaviy resurslarda tadbirkorlikning o'z resurslari qancha ko'p bo'lsa, u va uning faoliyati shuncha mustaqil, barqaror, ishonchli va, demak, istiqboli aniq bo'ladi. Tadbirkorning o'z resurslari yetarli bo'lmagan taqdirda, u kerakli resurslarni boshqa tashqi manbalardan jalb qilib foydalanadi. Muhimi tadbirkorning o'z resurslari (mablag'lari) va chetdan jalb qilingan resurslar (mablag'lar) ma'lum nisbatda bo'lishi hamda ulardan samarali foydalanish hisoblanadi.

Tadbirkorlik tashqi muhiti ikki qismga bo'linadi: maxsus va umumiy tashqi muhit (6. 1- chizmaga qarang). Ulardan birinchisi tadbirkorlik faoliyatiga bevosita ta'sir etuvchi omillar (komponentlar) majmuyidan

iborat maxsus tashqi muhit hisoblanadi. Mazkur muhitga quyidagilar kiradi: kerakli resurslarni yetkazib beruvchilar, iste'molchilar, raqiblar, tadbirkorlar uyushmalari, kasaba uyushmalari, tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimi, maxsus huquqiy muhit, tadbirkorlik infratuzilmasi.

Tadbirkorlik faoliyatida xomashyo, turli materiallar, uskunalar, ji-hozlar, elektr va issiqlik energiyasi, gaz, ko'mir, suv, mehnat, moliya va boshqa moddiy va nomoddiy resurslar ishlatiladi. Tadbirkorlik subyektlari bilan muayyan resurslarni yetkazib beruvchilar o'rtasida ularni yetkazib berish va haqini to'lash shartlari, tartib-qoidalari kelishil-gan va rasmiylashtirilgan shartnomalar tuziladi. Resurslarning har bir turini belgilangan miqdorda, sifatda, vaqtda, tartibda yetkazib berili-shi tadbirkorlik faoliyatining uzluksiz va samarali amalga oshirilishini ta'minlaydi hamda maqsadiga erishishiga ko'maklashadi. Aks holda, tadbirkorni qiyin ahvolga solib qo'yadi va maqsadiga erishishiga salbiy ta'sir qiladi.

Iste'molchi ham tadbirkorlik faoliyatiga kuchli ta'sir o'tkazuvchi tashqi omillardan biri hisoblanadi. Har bir tadbirkor iloji boricha o'z aniq iste'molchilari, xaridorlari, mijozlariga ega bo'lishi, ularning talab-istaklarini yaxshi bilishi, istaklari va didlarining o'zgarishini muntazam kuzatib borib, ularga mos narsalarni o'z vaqtida taklif etishi zarur. Bunga erisha olmasa, u iste'molchilaridan ajralib qolib, inqirozga uchrashi mumkin.

Tadbirkorlik faoliyatiga raqobat va raqiblar katta ta'sir ko'rsatadi. Ma'lumki, bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobatni chetlab o'tishning iloji yo'q. Shunday ekan, har bir tadbirkor o'z raqiblari, ularning mah-sulotlari, raqobatda kuchli va zaif tomonlarini yaxshi bilib, ulardan orqaga qolib ketmaslikka intilishi lozim.

Har qanday jamiyatda ham tadbirkorlik faoliyati ma'lum me'yoriy-huquqiy hujjatlar bilan tartibga solib boriladi. O'zbekistonda ham tad-birkorlik faoliyatini tartibga solib turadigan tegishli qonunlar, farmon-lar, qarorlar, yo'riqnomalar, nizomlar qabul qilingan va amal qilib kel-moqda. Ularning asosiy maqsadi tadbirkorlik subyektlari va faoliyati uchun qulay huquqiy muhit yaratish va ularning rivojlanishini qo'llab-quvvatlash hisoblanadi. Tadbirkorlar ularni yaxshi bilib olib, ular yarat-gan imkoniyatlardan to'laroq foydalana olishlari o'zlari mo'ljallagan maqsadga erishish garovidir.

O'zbekistonda tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati shakllantirilgan, respublika va mintaqaviy maxsus davlat dasturlari qabul qilingan va amalga oshirib kelinmoqda. Bu siyosatni amalga oshirish bir qator davlat organlari va nodavlat tashkilotlari zimmasiga yuklangan. Ularga quyidagilar kiradi:

– O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasi;

– kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirishni muvofiqlashtirish Respublika kengashi;

– O'zbekiston Respublikasi Prokuraturasi va Adliya vazirligi tizimida tuzilgan tadbirkorlik subyektlari huquqlarini himoya qilish boshqarma va bo'limlari;

– tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazuvchi organlar;

– O'zbekiston Respublikasi Davlat soliq qo'mitasi;

– O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi;

– mahalliy hokimiyat organlari va boshqalar.

Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati va tizimi uni tashkil etish va amalga oshirishga yordam berish va rivojlanishini rag'batlantirishga yo'naltirilgan bo'lib, tadbirkorlik faoliyatiga ijobiy ta'sir etuvchi muhim omil hisoblanadi.

Tadbirkorlik subyektlarining ayrim umumiy muammolarini hal qilib, ularning rivojlanishini qo'llab-quvvatlashda tadbirkorlik subyektlarining uyushmalari, birlashmalari ham muhim o'rin egallaydi. O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi, fermer xo'jaliklari uyushmalari, "Tadbirkor ayol" uyushmasi, hunarmand-kosiblar uyushmalari va boshqalar shular jumlasidandir.

Tadbirkorlikda uning infratuzilmasi ham katta rol o'ynaydi. Tadbirkorlik infratuzilmasi – tadbirkorlikni tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish, qo'llab-quvvatlashga aloqador bo'lgan tuzilmalar majmuyidir. Unga yuqorida sanab o'tilgan tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash organlari va tashkilotlari bilan bir qatorda banklar, sug'urta, lizing va reklama kompaniyalari, birjalar, yarmarkalar, tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatga oluvchi, litsenziya va sertifikat beruvchi organlar va boshqa tuzilmalar kiradi.

Tadbirkorlik tashqi muhitining ikkinchi qismi tadbirkorlik faoliyatiga bilvosita ta'sir etuvchi omillardan iborat umumiy tashqi muhitdir. Bu muhit komponentlari ko'proq tadbirkorlik omillari emas, balki tadbir-

korlik shart-sharoitlari xarakteriga ega. Chunki ular tadbirkorlik faoliyatida bevosita istirok ham etmaydi, unga bevosita ta'sir ham qilmaydi va potensial imkoniyat darajasida bo'ladi.

Davlatning ichki va tashqi siyosati, iqtisodiyotni tartibga solish vositalari va usullari, siyosiy partiyalarning tadbirkorlikka oid qarashlari va tamoyillari, tadbirkorlik vakillarining mamlakat parlamentida ishtirok etishi, mamlakatning umumiy tusga ega bo'lgan asosiy qonuniy hujjatlarida tadbirkorlik faoliyati uchun belgilangan erkinlik, mustaqillik, cheklovlar va boshqa me'yorlar tadbirkorlik siyosiy va huquqiy muhitini tashkil etadi hamda tadbirkorlikka u yoki bu darajada ta'sir ko'rsatadi.

Ijtimoiy muhit deganda davlatning ijtimoiy siyosati, aholini ish bilan ta'minlash va ijtimoiy himoya qilish, aholining ish bilan bandligi, jamiyatning ijtimoiy tarkibi va aholining ijtimoiy tabaqalanishi va boshqa ijtimoiy yo'naltirilgan tadbirlar tushuniladi, ular ham tadbirkorlikka sezilarli ta'sir etadi.

Mamlakatning iqtisodiy taraqqiyoti ishlab chiqaruvchi kuchlar va ishlab chiqarish munosabatlarining rivojlanish va o'zaro muvofiqlik darajasi, davlatning iqtisodiy siyosati, davlat va xo'jalik boshqaruvida iqtisodiy usullarining o'rni va boshqalar iqtisodiy muhitni tashkil qiladi va tadbirkorlikka jiddiy ta'sir etadi.

Ilmiy-texnikaviy taraqqiyot yangi xomashyo turlari va manbalari, yangi texnika, texnologiya, usullar yaratib, tadbirkorlikning rivojlanishiga katta ta'sir ko'rsatadi.

Tadbirkorlikka tabiiy muhit – qazilma boyliklar, yer, suv, o'rmon va boshqa tabiiy resurslarning mavjudligi, ulardan foydalanish imkoniyatlari, mamlakatning hududiy joylashishi, tabiati, o'simlik va hayvonot dunyosi singari tabiiy omillar ham sezilarli ta'sir etadi.

Demografik muhit aholi soni, uning o'sishi, joylashishi, harakati, iqtisodiy faolligi, mehnat resurslarini o'z ichiga oladi va tadbirkorlikka ma'lum darajada ta'sir ko'rsatadi.

Madaniy muhitga aholining umumiy va kasbiy ma'lumoti, kasbiy tajribasi, jamiyatda shakllangan madaniy-axloqiy qadriyatlar, madaniy va ahloq-odob me'yorlari kiradi. Ular quyidagilardan iborat:

- odamlarning o'zlariga munosabatlari;
- odamlarning o'zaro munosabatlari;
- odamlarning jamiyatda xatti-harakatlari, ahloq-odoblari;

– odamlarning ijtimoiy institutlar (korxonalar va tashkilotlar, davlat organlari, mahalliy organlar, o'quv muassasalari, partiyalar va hokazolar) ga munosabatlari;

– odamlarning jamiyat va uning tuzilishi, rahbarlari, rahbarligi, boshqaruvi, siyosatiga munosabatlari;

– odamlarning tabiatga munosabatlari;

– odamlarning dunyo tuzilishiga munosabatlari.

Psixologik muhit haqiqiy va bo'lajak tadbirkorlar hamda aholi ta'fakkurida, umuman, jamiyatda shakllangan tadbirkorlik ruhi, mam'lakatning barcha bo'g'inlari, sohalari, darajalari rahbariyati va aholisida tadbirkorlar va tadbirkorlikka nisbatan shakllangan munosabatida namoyon bo'ladi.

Jamiyatda shakllangan xo'jalik yuritish falsafasi, madaniyati, mafkurasi asosida tadbirkorlik (tadbirkorlik subyekti) aniq falsafasi, madaniyati, mafkurasi shakllantiriladi va amalga oshiriladi.

Ayrim omillar ta'sir darajasi 6.1-jadvalda keltiriladi (manba: Meskon M., Albert M., Xedouri F. Osnovi marketingda. – M., Delo, 1995, 273- bet).

6. 1- jadval

Muhim omillarning roli

T \ r	Omillar	Omillarning qiyosiy darajasi	Omillarning ta'siri
1.	Texnologik omil	$4x(+30)$	+ 20
2.	Ijtimoiy omil	$4x(+10)$	+ 20
3.	Iqtisodiy omil	$4x(+20)$	+ 20
4.	Iste'molchilar (bozor)	$4x(+20)$	+ 20
5.	Xalqaro omil	$4x(-10)$	- 20
6.	Raqobat	$1x(-20)$	- 20
7.	Siyosiy omil	$2x(+10)$	- 20

Omillarning ta'siri + 50 va undan yuqori bo'lganda kuchli ijobiy hisoblanadi va keng imkoniyatlar yaratilganidan, -50 va undan past bo'lganda jiddiy xavf-xatar mavjudligidan darak beradi.

Shunday qilib, tadbirkorlik omillari tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir etib, uning natijalari shakllanishida katta rol o'ynaydi. Tadbirkorning vazifasi – ularni har tomonlama tahlil qilib, yaxshi bilib olish, o'ziga bog'liq omillarni oqilona tashkil etish, o'ziga bog'liq bo'lmagan omillarga moslashish yo'li bilan ulardan samarali foydalanishdir.

QISQACHA XULOSALAR

Tadbirkorlik faoliyati muayyan muhitda tashkil etilishi, amalga oshirishi va rivojlanishi mumkin. Tadbirkorlik muhiti tadbirkorlik shart-sharoitlari va omillari majmuyidir. Tadbirkorlik shart-sharoitlari tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun tabiatan mavjud bo'lgan hamda jamiyat tomonidan yaratilgan imkoniyatlar hisoblanadi. Ular ikki guruhga – obyektiv va subyektiv shart-sharoitlarga bo'linadi. Obyektiv shart-sharoitlar mamlakatda tabiatan mavjud imkoniyatlar bo'lib, ularga tabiiy resurslar, tabiiy iqlim, aholi soni, uning o'sishi va iqtisodiy faolligi va boshqalar kiradi. Subyektiv shart-sharoitlar jamiyat tomonidan yaratilgan imkoniyatlar bo'lib, ularga siyosiy, huquqiy, ijtimoiy, iqtisodiy imkoniyatlar, tadbirkorlik infratuzilmasi, uni qo'llab-quvvatlash tizimi va boshqalar kiradi. Tadbirkorlik omillari – bu tadbirkorlik faoliyatida bevosita ishtirok etuvchi resurslar hamda unga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi kuchlardir. Ulardan asosiysi inson omilidir. Chunki inson boshqa omillarni tashkil etadi, yo'naltiradi va ishlatadi. Buning ustiga insonning tadbirkorlik qobiliyatini hisobga olganda mazkur omil hal qiluvchi rol o'ynaydi. Tadbirkorlik faoliyatida tadbirkorlik sarmoyasi, texnologiyasi, axboroti, salohiyati, nufuzi ham muhim o'rin egallaydi. Bundan tashqari tadbirkorlik faoliyatiga bevosita ta'sir etuvchi omillar ham muhim rol o'ynaydi. Ularga kerakli resurslarni yetkazib beruvchilar, iste'molchilar, raqiblar, boshqa hamkorlar, tadbirkorlik infratuzilmasi va kasaba uyushmalari, tadbirkorlar birlashmalari kiradi. Tadbirkorning asosiy vazifasi tadbirkorlik muhiti omillarini doimiy ravishda o'rganib borish, ularni mohirona tashkil etish va ulardan samarali foydalanish hisoblanadi.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR

1. Tadbirkorlik muhiti va uning ahamiyati.
2. Tadbirkorlik muhitining tarkibi.
3. Tadbirkorlik shart-sharoitlari va ularning tarkibi.
4. Tadbirkorlik obyektiv shart-sharoitlari va ularning roli.
5. Tadbirkorlik subyektiv shart-sharoitlari va ularning roli.
6. Tadbirkorlik omillari va ularning tarkibi.
7. Tadbirkorlik ichki muhiti va uning omillari komponentlari).
8. Tadbirkorlik maxsus tashqi muhiti va uning komponentlari.
9. Tadbirkorlik umumiy tashqi muhiti va uning komponentlari.
10. Tadbirkorlik mikromuhiti va uning tarkibi.
11. Tadbirkorlik makromuhiti va uning tarkibi.
12. Tadbirkorlikda inson omili va uning roli.
13. Tadbirkorning maxsus fazilatlarini va ularni baholash.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Tadbirkorlik muhiti – bu...

A) tadbirkorlik shart-sharoitlari va omillari majmuyi; B) tadbirkorlik shart-sharoitlari; D) tadbirkorlik omillari; E) tadbirkorlik qobiliyati; F) tadbirkorlik imkoniyatlari.

2. Tadbirkorlik shart-sharoitlari – bu...

A) tadbirkorlik omillari; B) tadbirkorlik faoliyati uchun zarur imkoniyatlar; D) tadbirkorlik faoliyatida ishtirok etuvchi kuchlar; E) tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir etuvchi kuchlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

3. Tadbirkorlik obyektiv shart-sharoitlari:

A) tadbirkorlikka oid qonunlarning mavjudligi; B) tabiiy resurslarning mavjudligi; D) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati; E) tadbirkorlikni boshqarish tamoyillari; F) barcha javoblar to'g'ri.

4. Tadbirkorlik subyektiv shart-sharoitlariga kiradi:

A) tadbirkorlikka oid qonunlarning mavjudligi; B) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimi; D) tadbirkorlik uchun turli imtiyozlar; E) tadbirkorlar uchun kafolatlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

5. Tadbirkorlik omillari – bu...

A) tadbirkorlik uchun yaratilgan imkoniyatlar; B) tadbirkorlik faoliyatida ishtirok etuvchi va unga ta'sir ko'rsatuvchi kuchlar; D) tadbirkorlik faoliyatini tashkil etuvchi kuchlar; E) tadbirkorlik faoliyatini boshqaruvchi kuchlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

6. Tadbirkorlik ichki muhitiga kiradi:

A) tadbirkorlik g'oyasi; B) tadbirkorlik uyushmalari; D) tadbirkor raqiblari; E) tadbirkor hamkorlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

7. Tadbirkorlik ichki muhiti komponenti hisoblanadi:

A) kerakli resurslarni yetkazib beruvchilar; B) tadbirkorning oila a'zolari; D) tadbirkor va uning qobiliyati; E) tadbirkorning yaqinlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

8. Tadbirkorlik ichki muhiti komponenti hisoblanmaydi:

A) tadbirkorlik tashkiliy tuzilmasi; B) tadbirkorlik g'oyasi, maqsadi, vazifasi; D) tadbirkorlikda qo'llaniladigan texnologiya; E) tadbirkorning o'z resurslari; F) to'g'ri javob yo'q.

9. Tadbirkorlik ichki muhitiga kiradi:

A) tadbirkorlik tashkiliy tuzilmasi; B) tadbirkorning o'z sarmoyasi; D) tadbirkor va uning qobiliyati; E) tadbirkor ishchi-xodimlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

10. Tadbirkorlik tashqi muhiti komponentlari hisoblanadi:

A) tadbirkorlik tashkiliy tuzilmasi; B) tadbirkorlik g'oyasi va maqsadi; D) tadbirkor raqiblari; E) tadbirkorlikda qo'llaniladigan texnologiya; F) barcha javoblar to'g'ri.

11. Tadbirkorlik tashqi muhitiga kiradi:

A) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimi; B) tadbirkorlik infratuzilmasi; D) tadbirkorlar kasaba uyushmalari; E) madaniy muhit; F) barcha javoblar to'g'ri.

12. Tadbirkorlik tashqi muhitiga kiradi:

A) iste'molchilar; B) hamkorlar; D) raqiblar; E) yetkazib beruvchilar; F) barcha javoblar to'g'ri.

13. Tadbirkorlik tashqi muhitiga kirmaydi:

A) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimi; B) tadbirkorlar uyushmalari; D) tadbirkorlik sarmoyasi; E) demografik muhit; F) to'g'ri javob yo'q.

14. Tadbirkorlik ichki muhiti komponenti hisoblanadi:

A) jamiyatda tadbirkorlik ruhi; B) hamkorlar; D) yetkazib beruvchilar; E) tadbirkorlik axboroti; F) barcha javoblar to'g'ri.

15. Tadbirkorlik ichki muhitiga kiradi:

A) tadbirkor; B) sheriklari; D) ishchi-xodimlari; E) mutaxassislar; F) barcha javoblar to'g'ri.

16. Tadbirkorlik ichki muhitiga kirmaydi:

A) iste'molchilar; B) raqiblar; D) hamkorlar; E) siyosiy muhit; F) barcha javoblar to'g'ri.

17. Tadbirkorlik mikromuhitiga kiradi:

A) tadbirkorlik infratuzilmasi; B) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimi; D) maxsus huquqiy muhit; E) tadbirkorlik sarmoyasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

18. Tadbirkorlik makromuhitiga kiradi:

A) tadbirkorlik falsafasi; B) iqtisodiy muhit; D) tadbirkor nufuzi; E) tadbirkorlik ichki madaniyati; F) barcha javoblar to'g'ri.

19. Tadbirkorlik makromuhitiga kirmaydi:

A) tadbirkorlik axboroti; B) tadbirkorlik salohiyati; D) tadbirkor texnologiyasi; E) tadbirkorlik missiyasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

20. Tadbirkorlik mikromuhitiga kirmaydi:

A) tadbirkorlik ichki madaniyati; B) madaniy muhit; D) tadbirkorlik tashkiliy tuzilmasi; E) tadbirkorlik axboroti; F) to'g'ri javob yo'q.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Demografik muhit – aholi soni, uning o'sishi, joylashishi, harakati, iqtisodiy faolligi, mehnat resurslari majmuyi.

Ijtimoiy muhit – davlatning ijtimoiy siyosati, aholining bandligi, ijtimoiy himoya tizimi, jamiyatning ijtimoiy tarkibi va hokazolalar.

Iqtisodiy muhit – mamlakatning iqtisodiy taraqqiyoti, ishlab chiqaruvchi kuchlari va ishlab chiqarish munosabatlarning rivojlanishi va o‘zaro muvofiqligi, davlatning iqtisodiy siyosati, davlat va xo‘jalik boshqaruvida iqtisodiy usullarning o‘rni va hokazolar.

Madaniy muhit – aholining umumiy va kasbiy ma‘lumoti, aholining ma‘lumoti bo‘yicha tarkibi, jamiyatda shakllangan madaniy-axloqiy qadriyatlar va axloq-odob me‘yorlari va boshqalar.

Psixologik muhit – aholida jamiyatda shakllangan tadbirkorlarga va tadbirkorlik faoliyatiga munosabatlar, tadbirkorlik ruhi va boshqalar.

Siyosiy muhit – davlatning ichki va tashqi siyosati, iqtisodiyotni tartibga solishda roli, usullari va mexanizmi, siyosiy partiyalarning tadbirkorlikka munosabatlari, tadbirkorlarning siyosatda ishtirok etishlari va hokazolar.

Tadbirkorlik ichki muhiti – tadbirkor nazoratida bo‘lgan, ya‘ni tadbirkorga bog‘liq bo‘lgan komponentlar majmuyi.

Tadbirkorlik makromuhiti – tadbirkorlik faoliyatiga bilvosita ta‘sir etadigan komponentlar majmuyi.

Tadbirkorlik mikromuhiti – tadbirkorlik faoliyatida bevosita ishtirok etadigan va unga bevosita ta‘sir qiladigan omillar majmuyi.

Tadbirkorlik muhiti – tadbirkorlik shart-sharoitlari va omillari majmuyi.

Tadbirkorlik obyektiv shart-sharoitlari – tadbirkorlik uchun zarur bo‘lgan tabiatan mavjud imkoniyatlar.

Tadbirkorlik omillari – tadbirkorlik faoliyatida bevosita ishtirok etuvchi resurslar va unga bevosita ta‘sir qiluvchi kuchlar.

Tadbirkorlik ruhi – jamiyatda va alohida shaxslarda shakllangan tadbirkorlar va tadbirkorlikka munosabatlari, tadbirkorlikni ma‘naviy qo‘llab-quvvatlash tizimi.

Tadbirkorlik subyektiv shart-sharoitlari – jamiyat tomonidan yaratiladigan tadbirkorlik uchun zarur imkoniyatlar.

Tadbirkorlik tashqi muhiti – tadbirkor nazoratida bo‘lmagan, ya‘ni tadbirkorga bog‘liq bo‘lmagan komponentlar majmuyi.

VII BOB. O‘ZBEKISTONDA TADBIRKORLIKNI QO‘LLAB-QUVVATLASH TIZIMI

7. 1. TADBIRKORLIKNI QO‘LLAB-QUVVATLASH ZARURIYATI VA YO‘NALISHLARI

Tadbirkorlik jamiyatning tarkibiy qismi bo‘lib, mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida muhim rol o‘ynaydi. Uning roli esa rivojlanish darajasiga bog‘liq. Tadbirkorlik qanchalik rivojlangan bo‘lsa, uning jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotiga ta‘siri shunchalik kuchli va roli shunchalik yuqori bo‘ladi. Lekin uning rivojlanishi davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlanishga muhtoj. Shuning uchun barcha mamlakatlarda tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash u yoki bu ko‘rinishda amalga oshiriladi. Tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash zaruriyati bir qator holatlardan kelib chiqadi. Tadbirkorlik subyektlarining asosiy qismi nisbatan kichik bo‘lib, ularning resurslari va, demak, o‘sish hamda kengayish imkoniyatlari cheklangandir. Shuning uchun ular, asosan, kichik-kichik partiyali mahsulot ishlab chiqarishga moslashadilar. Bunday kichik miqyosda ishlab chiqarishda ommaviy ishlab chiqarishga nisbatan xarajatlar ko‘proq, mahsulot tannarxi esa yuqoriroq bo‘ladi. Bu esa mahsulot raqobatbardoshligi va foydaning nisbatan pasayishiga olib keladi. Ular oladigan joyda kerakli darajada o‘sish va kuchli raqobat strategiyasini amalga oshirish imkonini bermaydi. Ular qo‘llab-quvvatlanmagan taqdirda, ko‘pchiligi sinib ketishi turgan gap. Mamlakatda ayrim resurslar cheklanganligi tufayli tadbirkorlik subyektlari ulardan foydalanishda davlat yordamiga muhtoj. Bundan tashqari, tadbirkorlik subyektlari texnika va texnologiyani olish hamda qo‘llashda, yangilarini joriy etish, mutaxassislar bilan ta‘minlanish va boshqa masalalarda davlat ko‘magiga tayanadilar. Shunday qilib, tadbirkorlik davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlanmasa, u yetarli darajada rivojlana olmaydi va mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy tizimida o‘ziga munosib o‘rinni egallay olmaydi.

Shuning uchun O'zbekistonda tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati, tizimi, mexanizmi shakllantirilgan va ular amalga oshirib kelmoqda. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati – bu tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashning nazariy asoslari, konsepsiyasi, dasturlari, amalga oshirish mexanizmi, yo'llari, yo'nalishlari, vositalari, usullari, chora-tadbirlari majmuyidir. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimi – bu tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati, dasturlari, mexanizmi va ularni amalga oshirishni tashkil etishni ta'minlashga mas'ul davlat organlari va nodavlat tashkilotlari majmuyi hisoblanadi.

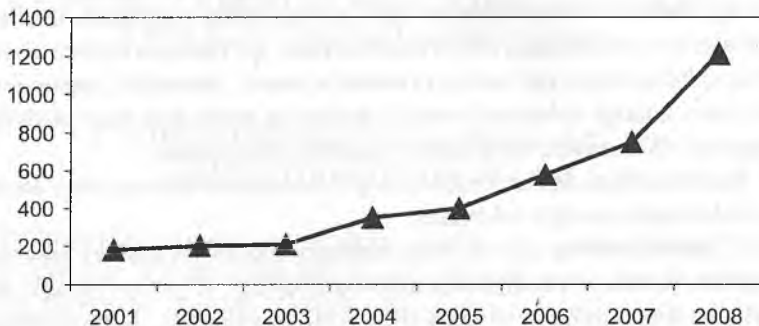
Tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash quyidagi asosiy yo'nalishlarda amalga oshiriladi.

1. Tadbirkorlikka oid me'yoriy-huquqiy bazani yaratish va takomillashtirib borish. O'zbekistonda tadbirkorlikning me'yoriy-huquqiy bazasi, asosan, yaratilgan va takomillashtirib borilmoqda. Tadbirkorlikka oid bir qator qonunlar, Prezident farmonlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari qabul qilindi va ularning qatori kengayib bormoqda. Faqat ularning haqiqiy ijrosini ta'minlash va nazorat qilish lozim.

2. Tadbirkorlikning rivojlanishini tashkiliy ta'minlash. Bu yo'nalish qo'llab-quvvatlash davlat organlari va nodavlat tashkilotlarini aniqlash va tuzish, markaziy va mahalliy organlarning shu sohadagi vakolatlari va vazifalarini aniq belgilash, tadbirkorlikni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash davlat dasturi va mintaqaviy dasturlarini tuzish va amalga oshirishni tashkil etish hamda boshqa tashkiliy tadbirlarni o'z ichiga oladi.

3. Tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlash. Bunday qo'llab-quvvatlash sarmoya to'plash, investitsiyalarni jalb qilish va amalga oshirishga ko'maklashish, imtiyozli kreditlar berishni tashkil etish va uni kafolatlash, soliq imtiyozlari berish, bojxona to'lovlaridan to'liq yoki qisman ozod qilish, to'lovlarni kechiktirish, tezlashtirilgan amortizatsiyani joriy qilish, sug'urta ishlariga ko'maklashish va boshqa yo'llar bilan amalga oshiriladi. Respublikada tadbirkorlikni kreditlar yordamida qullab-quvvatlash salmoqli o'rinni egallaydi va u tez sur'atlar bilan o'sib bormoqda. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash uchun ajratilgan kreditlar 2001 – 2008- yillarda 7,3 barobarga oshib, 171,5 mlrd so'mdan 1255,0 mlrd so'mga yetdi (7.1- chizmaga qarang) (manba: O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I. A. Karimovning "Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi,

O‘zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo‘llari va choralari” nomli asarini o‘rganish bo‘yicha o‘quv qo‘llanma (– T.: O‘zbekiston, 2009) ma‘lumotlari asosida tayyorlangan).



7. 1- chizma. O‘zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash uchun ajratilgan kreditlar dinamikasi

4. Tadbirkorlik faoliyatini, ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish sohasida ko‘maklashish. Bu yo‘nalishda ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik tashkilotlaridan yangi texnika va tugallangan ishlanmalarni tadbirkorlik subyektlariga berishni tashkil etish, patent-litsenziya siyosatini o‘tkazish, bozor tadqiqotlariga yordam berish, xo‘mashyo va moddiy-texnika resurslarining kafolatli ajratilishini tashkil qilish, tadbirkorlik subyektlarini rivojlantirish uchun biznes-inkubatorlar tarmog‘ini shakllantirish kabi tadbirlar amalga oshiriladi.

5. Tadbirkorlik subyektlarini davlat buyurtmalarini bajarishga jalb etish, ularni bajarish uchun turli imtiyozlar berish va qulayliklar yaratish.

6. Tashqi iqtisodiy faoliyatni qo‘llab-quvvatlash. Bu sohada tashqi iqtisodiy faoliyat ishtirokchilarini ro‘yxatdan o‘tkazish, mazkur faoliyatni axborot bilan ta‘minlash, moslashuvchan soliqlar va imtiyozlar belgilash, boshqa moliyaviy yordam ko‘rsatish, tashqi iqtisodiy faoliyat bilan bog‘liq tavakkalni sug‘urta qilish, mahsulotni eksport va import qilish tartibini belgilash, tashqi iqtisodiy aloqalarni rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish, valuta jamg‘armalari va boshqa jamg‘armalar tashkil qilish va ulardan foydalanish tadbirlari nazarda tutilgan.

7. Kichik korxonalar bilan shartnomalar tuzishga ko'maklashish. Kichik va yirik xo'jalik subyektlarini bir-biriga qarama-qarshi qo'ymasdan, ular bir-birlarini to'ldirishlari, ma'lum sohada kichik va yirik korxonalar birgalikda o'zaro uzviy bog'liq yagona majmua tarzida ishlashlari va rivojlanishlari uchun zarur sharoitlar yaratish singari tadbirlar amalga oshirilishi ko'zda tutiladi.

8. Tadbirkorlik sohasini mutaxassis va boshqa xodimlar bilan ta'minlash.

9. Tadbirkorlikning axborot-maslahat ta'minotini tashkil etish va amalga oshirish.

7. 2. O'ZBEKISTONDA TADBIRKORLIKNI QO'LLAB-QUVVATLASH DASTURLARI VA ULARNI AMALGA OSHIRISH

O'zbekistonda tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash ishlarini yo'lga qo'yish va amalga oshirish maqsadida bir qator davlat organlari va nodavlat tashkilotlari tuzilgan, har birining aniq vazifalari belgilab qo'yilgan hamda maxsus dasturlar ishlab chiqilgan. 1994- yil respublika barcha viloyatlari, Qoraqalpog'iston Respublikasi va Toshkent shahri bo'yicha tadbirkorlikni rivojlantirish mintaqaviy (hududiy) dasturlari ishlab chiqildi. Respublika bo'yicha ishlab chiqilgan "O'zbekiston Respublikasi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash" Davlat dasturi Vazirlar Mahkamasi tomonidan 1995- yil 28- avgustda tasdiqlangan.

Mazkur Davlat dasturi bozor qayta o'zgartirishlari jarayonlarini jadallashtirish maqsadida chora-tadbirlar majmuyini nazarda tutadi va respublikada, ayniqsa, qishloqda kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning asosiy maqsadlari, vazifalari, yo'nalishlarini belgilaydi. Dasturning asosiy maqsadlari quyidagilar hisoblanadi:

– aholining keng tabaqalarini bozor faoliyatiga olib kirish, boqimandalik, iste'molchilik psixologiyasini bartaraf qilish, tadbirkorlik, xususiy biznes bilan faol shug'ullanish istagini rag'batlantirish;

– qishloq xo'jaligi qayta qurilayotganligi munosabati bilan ishsiz qolayotgan kishilarni ish bilan ta'minlash maqsadida qishloqda yangi ish o'rinlari tashkil etish;

– qishloqda bozor munosabatlari va infratuzilmasini jadal rivojlantirish, raqobatni rivojlantirish uchun shart-sharoit yaratish;

– xizmatlar hajmini, ayniqsa, bank, auditorlik, konsalting, vosi-

tachilik faoliyati bilan bog‘liq ilm-fanni ko‘p talab qiladigan xizmatlar hajmini keskin oshirish;

– xo‘jalik yuritish samaradorligini oshirish, ichki bozorni tovarlar bilan to‘ldirishni va ishlab chiqarishning eksportga mo‘ljallanishini ta‘minlovchi unchalik katta bo‘lmagan, moslashuvchan ishlab chiqarishlar, kichik va xususiy korxonalarni joriy qilish.

Dastur davlatning har tomonlama qo‘llab-quvvatlovchi bozor jarayonlari asosida O‘zbekiston aholisining tashabbusli, yaratuvchi keng tabaqalari tomonidan amalga oshiriladi. Dastur quyidagi to‘rt qismdan iborat.

1. Bozor infratuzilmasini hamda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish shart-sharoitlarini yaratish.

2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlari.

3. Dasturni amalga oshirishni moliyaviy ta‘minlash.

4. Dasturning bajarilishini tashkil etish.

Mazkur dasturni amalga oshirish maqsadida respublikada va har bir viloyatda har yili aniq chora-tadbirlar majmuasi ishlab chiqiladi va belgilanadi hamda ularning bajarilishi monitoring qilib boriladi.

“Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida”gi Qonunda tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha davlat organlarining vakolatlari quyidagicha taqsimlangan va belgilangan.

1. Davlat boshqaruvi organlarining tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash sohasidagi vakolatlari:

– tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risidagi qonun hujjatlariga rioya etilishi va tadbirkorlik faoliyatining rivojlantirilishi ustidan monitoringni, mavjud muammolarni o‘rganishni hamda tadbirkorlikning huquqiy kafolatlarini mustahkamlashga qaratilgan me‘yoriy-huquqiy hujjatlarni takomillashtirish yuzasidan takliflar kiritish;

– tadbirkorlik subyektlarining huquqlari va qonuniy manfaatlarining himoya qilinishini ta‘minlash;

– tadbirkorlik subyektlariga moliyaviy, moddiy-texnik va axborot resurslaridan erkin foydalanishga ko‘maklashish;

– tadbirkorlik subyektlariga o‘z mahsulotlarini ichki va tashqi bozorlarda sotishga ko‘maklashish;

– tadbirkorlik subyektlariga tegishli xabarlarni yetkazish va tushintirish ishlarini, konsalting, lizing, sug‘urta va boshqa xil xizmatlar tizimini rivojlantirishni tashkil etish;

– tadbirkorlik subyektlariga kadrlar tayyorlash, ularni qayta tayyorlash va malakasini oshirishga ko‘maklashish;

– tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan boshqa faoliyatni amalga oshirish.

2. Mahalliy davlat hokimiyati organlarining tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash sohasidagi vakolatlari:

– tadbirkorlikni rivojlantirish hududiy dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish;

– tadbirkorlik subyektlarining faoliyatini himoya qilishning qo‘shimcha kafolatlari va choralari belgilash;

– tadbirkorlik subyektlari uchun mahalliy soliqlar va yig‘imlar bo‘yicha imtiyozlar belgilash;

– tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan boshqa faoliyatni amalga oshirish.

3. Tadbirkorlikni rivojlantirishning davlat tomonidan rag‘batlantirilishi:

– tadbirkorlik sohasiga investitsiyalarni (shu jumladan, chet el investitsiyalarini), zamonaviy texnologiyalar va uskunalarni jalb qilish uchun, shuningdek, bozor infratuzilmasini rivojlantirish uchun sharoitlar yaratish;

– eksport-import operatsiyalari, xalqaro ko‘rgazmalar va yarmarkalarda, tashqi iqtisodiy faoliyat sohasidagi dasturlar va loyihalarni amalga oshirishda tadbirkorlik subyektlarining ishtirokini kengaytirish chora-tadbirlarini ko‘rish;

– tadbirkorlik subyektlari samarali faoliyat yuritishlari uchun ularni zarur huquqiy, iqtisodiy, statistik, ishlab chiqarish-texnologik, ilmiy-texnik va boshqa xil axborotlar bilan ta‘minlash;

– zooveterinariya xizmati ko‘rsatilishi uchun zarur sharoitlar yaratish;

– soliqlar, yig‘imlar va tariflar bo‘yicha imtiyozlar belgilash va boshqalar.

7. 3. TADBIRKORLIK INFRATUZILMASI, UNING TARKIBI VA ROLI

O‘zbekistonda tadbirkorlikni tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish, qo‘llab-quvvatlashda tadbirkorlik infratuzilmasi katta rol o‘ynaydi. Tadbirkorlik infratuzilmasi – tadbirkorlik faoliyatini tashkil

etish, amalga oshirish, rivojlantirishga u yoki bu ko‘rinishda va darajada aloqador bo‘lgan davlat organlari va nodavlat tashkilotlari majmuyidir. Uning asosiy maqsadi tadbirkorlikka har tomonlama ko‘maklashish va uni qo‘llab-quvvatlash hisoblanadi.

Tadbirkorlik infratuzilmasi turli-tuman davlat va nodavlat ma‘muriy, iqtisodiy, huquqiy, tashkiliy tuzilmalarni o‘z ichiga oladi (7.1- chizma-ga qarang). Ulardan ayrimlari tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash siyosatini amalga oshirish uchun maxsus tashkil etilgan davlat va nodavlat tuzilmalari bo‘lsa, boshqalari tadbirkorlik sohasiga xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar, firma, kompaniya, agentlik va boshqa ko‘rinishdagi tashkilotlardir. Ularning tashkil etilishi va faoliyat yuritish tartibi, maqsadi va vazifalari tegishli me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilab qo‘yilgan va ustavlarida aks ettirilgan.

Tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlashga mas‘ul bo‘lgan organlar va tashkilotlarning aynan tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash borasidagi vakolatlari, majburiyatlari, vazifalari, mas‘uliyatlari O‘zbekiston Respublikasining tegishli qonunlari, Prezident farmonlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlarida aniq belgilab berilgan va ularning bajarilishi – doimiy nazoratda. Shunday organlardan biri O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1997- yil 28- fevraldagi qarori bilan tashkil etilgan “Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag‘batlantirishni muvofiqlashtirish Respublika kengashi hisoblanadi. Uning asosiy vazifalari quyidagilar:

- kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag‘batlantirish davlat siyosatini amalga oshirishni ta‘minlash;

- davlat boshqaruvi organlari, nodavlat tashkilotlari va bozor infratuzilmasining kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha faoliyatlarini muvofiqlashtirish;

- investitsiya loyihalarini mablag‘ bilan ta‘minlash, shu jumladan, xorijiy kredit liniyalari hisobiga mablag‘ bilan ta‘minlash uchun kredit resurslaridan foydalanishda ularning kafolatlari va imtiyozlariga rioya etilishini nazorat qilish;

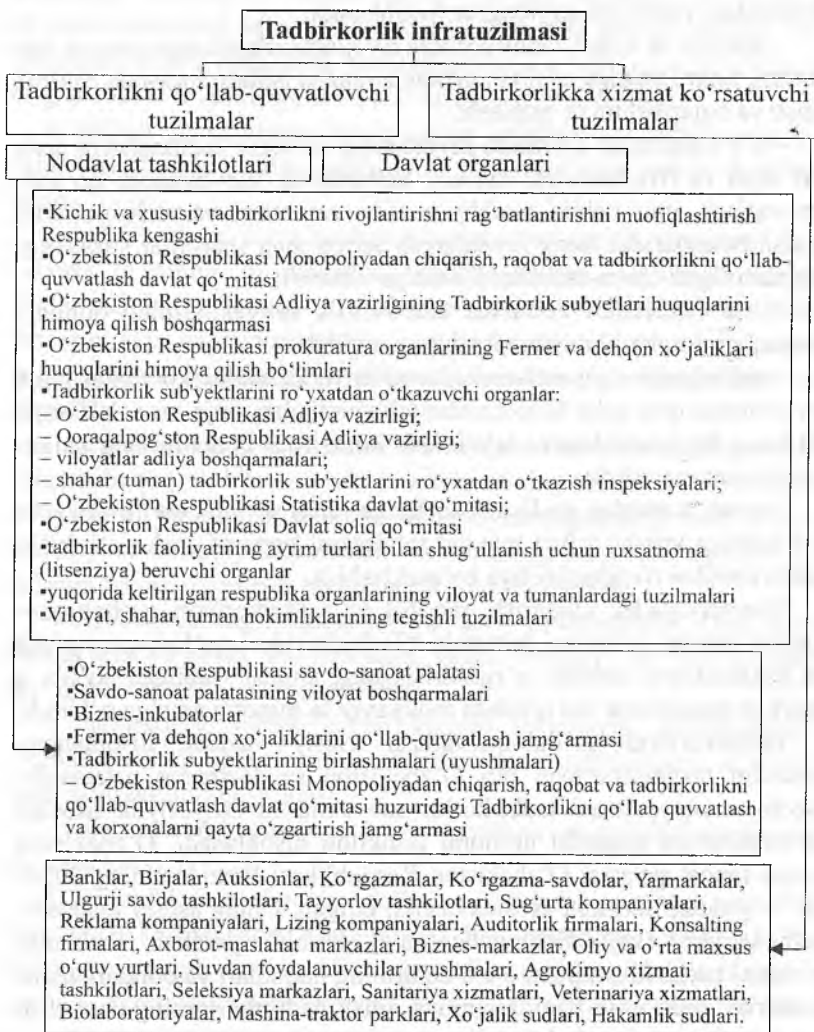
- investitsiya loyihalarini mablag‘ bilan ta‘minlash mexanizmini ishlab chiqish;

- kreditlashning muammoli masalalarini hal qilish va bunda sansorlarlik, buyruqbozlik hamda boshqa salbiy holatlarni bartaraf etish yuzasidan qattiq nazorat o‘rnatish;

- mablag‘ bilan ta‘minlash uchun qabul qilingan investitsiya loyi-

halarini hisobga olish tizimini tashkil etish, ularning amalga oshirilishi- ni, ajratilgan kredit resurslarining samaradorligini va ulardan maqsadli foydalanishni muntazam ravishda tahlil qilib borish;

– shu maqsadlarda monitoring tashkil etish va olib borish va boshqa- lar.



7. 1- *chizma*. Tadbirkorlik infratuzilmasi tarkibi.

Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash vazifasi yuklatilgan davlat organlaridan asosiy O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 2- maydagi farmoni bilan tuzilgan O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasi hisoblanadi. Uning tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash sohasidagi vazifalari quyidagilar hisoblanadi:

– xususiy va kichik tadbirkorlikni rivojlantirish konsepsiyasi va dasturlari, ularni amalga oshirish mexanizmlarini ishlab chiqishda ishtirok etish va bajarilishini ta'minlash;

– o'z vakolatlari doirasida investitsiya va bozor tuzilmalarini tashkil etish va rivojlantirish, xususiy tadbirkorlik subyektlarini qo'llab-quvvatlash, ular uchun moddiy-texnika resurslari va mahsulotlarini sotish bozorlaridan keng foydalanish uchun teng sharoitlar yaratishga yo'naltirilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish;

– o'z vakolatlari doirasida tadbirkorlik subyektlarining qonuniy huquqlarini nohalol raqobatdan himoya qilish;

– tadbirkorlik subyektlarining tovarlar va xizmatlar, ko'chmas mulk va qimmatli qog'ozlar bozorlaridan (shu jumladan, birja savdolari orqali) keng foydalanishlarini ta'minlash borasidagi qonunlarning bajarilishini nazorat qilish;

– tovar, xizmatlar, moliya bozorlariga yangi xo'jalik yurituvchi subyektlarning kirishi uchun mavjud to'siqlarni bartaraf etish yo'li bilan tadbirkorlikni rivojlantirishga ko'maklashish.

Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasi huzurida "Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va korxonalarni tarkibiy o'zgartirish jamg'armasi" tuzilgan bo'lib, u mazkur masalalarni hal qilishda moliyaviy ta'minotni amalga oshiradi.

Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash asosiy vazifasi hisoblangan nodavlat tashkilotlaridan biri O'zbekiston savdo-sanoat palatasidir. Savdo-sanoat palatasi tadbirkorlik subyektlarini ixtiyoriylik asosida birlashtiruvchi nodavlat notijorat tashkiloti hisoblanadi. O'zbekiston savdo-sanoat palatasi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2004-yil 7- iyuldagi farmoni asosida tashkil etilgan. Uning asosiy maqsadi-tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish, ishchanlik muhitini takomillashtirish, o'z a'zolarining huquqlari va qonuniy manfaatlarini ifoda etish hamda himoya qilish, tadbirkorlarning chet ellik sheriklar bilan aloqalarini yo'lga qo'yishga ko'maklashishdir. Uning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

– O'zbekistonda tadbirkorlikni, eng avvalo, kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga ko'maklashish;

– tadbirkorlarga chet ellik sheriklar bilan amaliy muloqotlar va aloqalarni kengaytirishga, eksport mahsulotlarini tashqi bozorlarga olib chiqishga, shuningdek raqobatbardosh tayyor mahsulot chiqarishni ta'minlovchi yangi ishlab chiqarishlar barpo etish hamda mavjud ishlab chiqarishlarni texnikaviy jihatdan qayta jihozlash uchun to'g'ridan-to'g'ri chet el investitsiyalarini jalb etishga ko'maklashish;

– boshqa davlatlarning savdo-sanoat palatalari va tadbirkorlar jamoat birlashmalari bilan hamkorlikni yo'lga qo'yish hamda rivojlantirish;

– tadbirkorlarga keng turdagi xizmatlar ko'rsatish, shu jumladan, axborot ta'minoti va maslahat yordami berish, respublika ishlab chiqaruvchilari, ularning mahsulotlari va investitsiyaviy imkoniyatlari, sheriklari va zamonaviy texnologiyalar xarid qilish imkoniyatlari to'g'risidagi axborotlar aks ettirilgan biznes-kataloglar tashkil etish va tarqatish;

– tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay muhitni shakllantirish, xalqaro huquq va biznes yuritish amaliyotining umum e'tirof etilgan me'yorlarini joriy qilish, tadbirkorlik faoliyatining amalga oshirishning huquqiy va iqtisodiy sharoitlarini yaxshilashga qaratilgan qonun hujjatlarini takomillashtirish bo'yicha takliflar tayyorlash;

– tadbirkorlarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini ifoda etish hamda himoya qilish, shu jumladan, sudda, davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari bilan munosabatlarda;

– tadbirkorlik sohasi uchun kadrlar tayyorlash, tadbirkorlarni o'qitish va ularning malakasini oshirish tizimini tashkil etish va rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash;

– palata qonun hujjatlariga muvofiq boshqa vazifalarni ham bajarishi mumkin.

Tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlashni amalga oshirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995- yil 26-iyuldagi farmoni asosida "Xususiy tadbirkorlik va kichik biznesni qo'llab – quvvatlash jamg'armasi" 2005- yilda "Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va korxonalarni qayta o'zgartirish jamg'armasi" ko'rinishida qayta tuzilgan va 1998- yil apreldagi farmoni asosida "Dehqon va fer-

mer xo'jaliklarini qo'llab-quvvatlash jamg'armasi" tuzildi. Ularning tashkiliy-huquqiy shakli aksiyadorlik jamiyati bo'lib, asosiy vazifalari quyidagilar:

- davlat korxonalarini xususiylashtirish va davlat tasarrufidan chiqarishdan tushadigan hamda nodavlat sektori bandlik jamg'armasi mablag'larini xususiy tadbirkorlik, kichik biznesni qo'llab-quvvatlashga jalb qilish;

- o'z aksiyalari bilan ishtirok etib, mulkdorlar tabaqasini shakllantirish;

- kichik va xususiy korxonalar ustav jamg'armasiga ishtirok etish;

- kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlariga axborot-maslahat xizmatlari ko'rsatish;

- tadbirkorlik infratuzilmasi va bozor infratuzilmasining rivojlantirishga ko'maklashish;

- kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari tomonidan kredit olishda kafil bo'lish;

- kichik va xususiy tadbirkorlik uchun kadrlar tayyorlash va ularni qayta tayyorlashda ishtirok etish va boshqalar.

Tadbirkorlik subyektlarini huquqiy qo'llab-quvvatlash maqsadida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori bilan (2000-yil 17- fevral) Adliya vazirligi tarkibida Tadbirkorlik subyektlari huquqlarini himoya qilish boshqarmasi, viloyat adliya boshqarmalarida esa xuddi shunday bo'limlar tuzildi. Vazirlar Mahkamasi qarori bilan (2003- yil 4- sentabr) O'zbekiston Respublikasi Prokuraturasi va uning quyi organlari tarkibida fermer va dehqon xo'jaliklari huquqlarini himoya qilish tuzilmalari tashkil etildi. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash bo'yicha sud organlariga aniq vazifalar yuklatilgan. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005- yil 14- iyundagi "Tadbirkorlik subyektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chorra-tadbirlari to'g'risida"gi farmoniga asosan tadbirkorlik subyektlari bilan bog'liq nizolarni (ularning ro'yxati keltirilgan) faqat sud ko'rib chiqishi va hal qilishi belgilab qo'yilgan. Mazkur farmonda tadbirkorlik subyektlari va birlashmalari tomonidan nizolarni tez va samarali ko'rib chiqish uchun "Hakamlik sudlari" tuzish tartibi ham belgilangan.

O'zbekiston Respublikasi Davlat soliq qo'mitasi va uning joylardagi organlariga tadbirkorlik subyektlarini tekshirishlarni tartibga

solish, muvofiqlashtirish, ularga soliqlar va yig'imlar bo'yicha kerakli ma'lumotlarni o'z vaqtida yetkazish va maslahatlar berish, boshqa turdagi yordam ko'rsatish singari vazifalar yuklangan.

7. 4 BIZNES-INKUBATORLAR VA TADBIRKORLIKDA ULARNING ROLI

Biznes-inkubatorlar birinchi bo'lib XX asrning 50- yillarida Buyuk Britaniyada paydo bo'lgan. Ammo Amerika Qo'shma Shtatlarida, 3 xusususan, 1983- yildan keyin tez rivojlanib, hozir 575 tadan, butun dunyoda esa 2000 tadan oshib ketgan. Biznes – inkubatorlarning bunday tez rivojlanishiga quyidagi uch omil olib keldi:

- o'sha paytda inqirozga yuz tutgan shahar markazlarini qayta jonlantirish;

- investitsiyalarda innovatsiya faoliyati va tadbirkorlik faolligini rag'batlantirish;

- xususiy investorlar uchun jozibador shart-sharoitlar yaratib beradigan inkubatorlar ochish bo'yicha tashabbuskorlik.

Biznes-inkubator – bu kichik innovatsiya korxonalarini tashkil etish va ularning samarali faoliyat yuritishlari uchun qulay shart-sharoitlar yaratishga ixtisoslashgan tashkilotdir. Ularning asosiy vazifasi yangi tuzilgan korxonalar rivojlanishining boshlang'ich bosqichlarini osonlashtirish, tadbirkorlarni o'qitish, tadbirkorlik subyektlarini tezroq rivojlanishi uchun shart-sharoitlar yaratish va ayrim resurslar taqdim etish hisoblanadi.

Biznes-inkubatorlarning asosiy maqsadi – biznes-inkubatorga kirgan va ikki yoki uch yildan so'ng undan chiqib, mustaqil yashay oladigan barqaror tadbirkorlik subyektlarini rivojlantirishdir. Yangi korxonalar, ayniqsa, kichik korxonalar tuzilgandan so'ng anchagina muammolar va qiyinchiliklarga duch keladilar, ularni qo'llab-quvvatlamasa, ko'pchiligi sinib ketishi mumkin. Ana shunday muammolar va qiyinchiliklarni osonroq yengib chiqishlari uchun biznes-inkubatorlar turli yo'nalishlarda qo'llab-quvvatlaydilar: ularga maqbul shartlarda binolar, inshootlar va boshqa ishlab chiqarish vositalari berish, tadbirkorlarni o'qitish, ularga turli xizmatlar ko'rsatish, moliyaviy va psixologik qo'llab-quvvatlash va boshqalar.

Biznes-inkubatorlar mijozlari ikki guruhga – ichki va tashqi mijozlarga ajratiladi. Biznes-inkubatorlar hududida o‘z ishlab chiqarishlari va ofislari joylashtirgan kichik tadbirkorlik korxonalari ichki mijozlar (subyektlar) hisoblanadilar. Biznes-inkubatorlar hududidan tashqarida joylashgan, ammo biznes-inkubator xizmatlaridan foydalanishda ichki mijozlar bilan teng huquqlarga ega bo‘lgan kichik tadbirkorlik korxonalari tashqi mijozlar (subyektlar) hisoblanadilar. Tashqi mijozlar doimiy va bir martalik bo‘lishi mumkin. Bir martalik mijozlar inkubatsiya dasturiga kirmasdan, biznes-inkubator xizmatlaridan foydalanishlari mumkin, lekin bozor narxlarida haq to‘laydilar.

O‘zbekistonda biznes-inkubatorlar tuzish respublika Davlat mulki qo‘mitasining Birlashgan Millatlar Tashkiloti Taraqqiyot dasturi bilan hamkorlikda 1996- yildan boshlab “O‘zbekistonda biznes-inkubatorlar tizimini tashkil qilish va rivojlantirish” qo‘shma loyihasi asosida amalga oshirilgan. O‘zbekistonda hozirgi kunda 36 ta biznes-inkubator faoliyat yuritib kelmoqda. Ularning rivojlanishi va faoliyatini talablar darajasiga ko‘tarish, qonuniy huquqlari va manfaatlarini himoya qilish maqsadida respublikada 2000- yilda nodavlat notijorat tashkiloti “Biznes-inkubatorlar va texnoparklar uyushmasi” tuzilgan.

Tadbirkorlik bilan shug‘ullanmoqchi bo‘lgan shaxslar ishni nimadan boshlashni bilmay, qiynaladi. Shunday paytda biznes-inkubatorlar yordamga kelib, ularga yo‘l-yo‘riq ko‘rsatadi. Kichik tadbirkorlik korxonalari faoliyatini tashkil etish va rivojlantirish maqsadida, ularni ikki yilgacha bo‘lgan muddatda biznes-inkubatsiya jarayoniga jalb etish, tadbirkorlik subyektlariga tashkiliy yordam ko‘rsatish, ularning iqtisodiy savodxonligini oshirish, ular uchun kadrlarni qayta tayyorlash va kasb-hunarga o‘rgatish yo‘nalishida qisqa muddatli o‘quv kurslarini tashkil etish biznes-inkubatorlarning asosiy vazifalari hisoblanadi. Ular o‘zlariga tegishli tushuncha va ma‘lumotlarni egallab olgach, ushbu yo‘nalish bo‘yicha ma‘lum bir ijobiy natijalarga erishishlari mumkin. Aslida maqsad ham shu – tadbirkorlik subyektlarini bozor iqtisodiyoti sharoitida erkin faoliyat yurita oladigan yetuk xo‘jalik yurituvchi subyekt sifatida shakllantirishdan iborat. Mazkur sohada erishilgan bir qator ijobiy natijalar buning yorqin dalilidir. Masalan, biznes-inkubatorlar va ularning subyektlari tomonidan 2005- yilda 5 mlrd so‘mdan ortiq miqdorda mahsulot ishlab chiqarilgan va xizmatlar ko‘rsatilgan. Bu ko‘rsatkich rejalashtirilgan darajadan 1,5 barobar ko‘pdir.

O‘tgan davr mobaynida biznes-inkubatorlar tarmog‘idan 167 ta subyekt chiqarilgan bo‘lsa, ulardan 146 tasi mustaqil faoliyat yuritish uchun chiqib ketgan. Shu tufayli biznes-inkubatorlarda inkubatsiya davrini o‘tashni xohlovchi subyektlar soni ortib borgan. Biznes-inkubatorlar rahbarlarining malakasini oshirish uchun maxsus o‘quv seminarlari tashkil etib turiladi. Tadbirkorlar kichik tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash xalqaro dasturlari va aloqalarda ishtirok etib, o‘z malakalarini oshirib bormoqdalar.

Biznes-inkubatorlar o‘z faoliyatlarini ikki yo‘nalishda olib boradilar:

1) ichki faoliyat bo‘lib, biznes-inkubatorlarda joylashadigan ichki subyektlarga tayyorlangan binolar va xonalar, komputer va aloqa vositalaridan foydalanish uchun shart-sharoitlar yaratish va inkubatsiya davrini o‘tishni xohlovchilar sonini aniqlash;

2) tashqi subyektlarning tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish uchun amaliy texnik yordam va maslahatlar majmuasini taklif etish va amalga oshirish.

O‘zbekistonda bugungi kunda biznes-inkubatorlar subyektlarining 24 foizi (140 tasi) ichki va 76 foizi (394 tasi) tashqi subyektlar hisoblanadi.

Biznes-inkubatorlar konsalting xizmatlaridan foydalangan tadbirkorlarning 105 ta investitsiya loyihalarini amalga oshirish uchun 894 mln so‘m va 213 ming AQSh dollari miqdorida kredit va grant mablag‘lari jalb qilingan. Masalan, “Registon” biznes-inkubatori subyekt “Karvon” xususiy firmasining qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini qayta ishlash investitsiya loyahasini moliyalash uchun Buyuk ipak yo‘li bankining 20 mln so‘mlik imtiyozli krediti jalb qilindi. “Angor” biznes-inkubatori subyekt “Biznesga-ko‘maklashish” markaziga Yevropaning “Qishloqlarni rivojlantirish” dasturidan 10000 yevro miqdorida grant ajratilgan. “Jizzax” biznes-inkubatori subyekt “Munira-Sherzod” xususiy firmasiga kolbasa mahsulotlari ishlab chiqarish uchun 10 mln so‘mlik imtiyozli kredit olishga yordam berildi.

Umuman olganda, 2005- yilda 1500 dan ortiq tadbirkorlar, dehqon va fermer xo‘jaliklari, kichik tadbirkorlik subyektlariga katta miqdorda konsalting xizmatlari ko‘rsatilgan. Inkubatsiya davrining jozibadorligini va bu jarayonga tadbirkorlarning qiziqishini oshirish maqsadida subyektlar umumiy sonining kamida 50 foizini qamrab olish uchun tegishli

chora-tadbirlar ishlab chiqildi. Natijada biznes-inkubatorlar va ularning hududiy bo‘linmasiga bino ajratish, uni ta‘mirlash bo‘yicha muayyan ishlar amalga oshirildi. Buning uchun kerakli mablag‘lar O‘zbekiston Davlat mulki qo‘mitasi, Birlashgan Millatlar Tashkiloti Taraqqiyot dasturi, mahalliy hokimiyatlar tomonidan ajratib berilgan. Tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko‘rsatishning yangi turlarini tashkil etish maqsadida xalqaro donor tashkilotlar bilan hamkorlikda bir qator loyihalar amalga oshirilmoqda.

Osiyo Taraqqiyot banki “Kichik korxonalarini rivojlantirish bilan yangi ish o‘rinlari yaratish” loyihasining “lizing” komponenti Qoraqalpog‘iston Respublikasi biznes-inkubatorida yaxshi yo‘lga qo‘yilgan. Lizing jamg‘armasi 200 mln AQSh dollarini tashkil etib, tadbirkorlarning 197 mln so‘mlik 13 ta loyihasini moliyalash hisobidan 152 ta asbob-uskuna xarid qilindi, qisloq hududlarida 208 ta yangi ish o‘rinlari yaratildi. “Pragma” korporatsiyasi bilan “Tadbirkor” biznes-inkubatori hamkorligida “Mintaqaviy savdo-sotiqni rivojlantirish” loyihasiga ko‘ra Xorazm viloyatida ishlab chiqarilgan mahsulotlarni elektron savdo orqali eksportini kengaytirishga mo‘ljallangan, ishlab chiqariladigan eksportbop mahsulotlar to‘g‘risidagi ma‘lumotlar internetdagi maxsus saytga joylashtirilgan. “Muborak” biznes-inkubatori qoshidagi “Yangiliklarga ko‘maklashuvchi markaz” tomonidan Birlashgan Millatlar Tashkiloti Taraqqiyot dasturining grant mablag‘lari evaziga Muborak tumanida yangi ish o‘rinlari yaratish, mahalliy xomashyo – jundan tayyor mahsulotlar ishlab chiqarish sexi, “Angor” biznes-inkubatorida mikrolizing xizmati tashkil etildi. Qishloq xo‘jaligi korxonalarini qo‘llab-quvvatlash maqsadida “Boyovut” biznes-inkubatori tuman dehqon-fermer uyushmasi va bir necha fermer xo‘jaliklari bilan hamkorlikda kichik mashina-traktor parki (MTP) tuzildi. Biznes-inkubator mijozlari ishtirokida biznes-inkubatorlarda kredit uyushmalari va savdo maydonchalari tashkil etish bo‘yicha o‘quv seminarlari o‘tkazildi.

Tadbirkorlik subyektlarini axborot-maslahat yo‘li bilan qo‘llab-quvvatlashni yaxshilash, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini biznes-inkubatsiya va kichik tadbirkorlik korxonalarini qo‘llab-quvvatlash jarayoniga tadbiiq etish maqsadida jahon banki dasturining grant mablag‘lari hisobiga va manfaatdor tashkilotlar bilan hamkorlikda kichik biznes va tadbirkorlik uchun mo‘ljallangan internet portal ishlab chiqildi. Mazkur portal tadbirkorlarni biznesni tashkil etish tartib-qoi-

dalari bilan tanishtirish, tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirish, zamonaviy texnika, texnologiya va investitsiyalarni jalb qilish, qo'shma loyihalarni amalga oshirish uchun hamkorlar va sarmoyadorlar bilan aloqa o'rnatishda muhim ahamiyat kasb etadi. Birlashgan Millatlar Tashkiloti Taraqqiyot dasturining molyaviy ko'magida barcha hududlardagi biznes-inkubatorlar qoshida xususiy tadbirkorlikni axborot bilan ta'minlash markazlari tuzilgan. Markazlarda 400 dan ortiq tadbirkor internetdan foydalanish bo'yicha maxsus kurslarda o'qib chiqdi, 300 dan ortiq tadbirkor esa doimiy tarzda internetdan ma'lumot olmoqda.

7. 5. TADBIRKORLIKNI QO'LLAB-QUVVATLASH BORASIDA JAHON TAJRIBASI

Jahonning barcha rivojlangan mamlakatlarida tadbirkorlik va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash davlat iqtisodiy siyosatining mustaqil tarkibiy qismi hisoblanadi. Kichik biznesning rivojlanishiga iqtisodiyotni tarkibiy qayta qurish, xizmatlar ko'rsatish sohasining yuksalishi, bandlikning o'sishi, texnologik taraqqiyot va normal raqobat muhim omili sifatida qaraladi. Tadbirkorlik (biznes)ning rivojlanishini tartibga solib turish uchun ko'p mamlakatlarda maxsus organlar (xizmatlar) tashkil etilgan.

Amerika Qo'shma Shtatlarida Kongress tomonidan 1953- yilda "Kichik biznes ma'muriyati" degan maxsus tashkilot tuzilgan. U xususiy sektorga ko'maklashish, uni moliyalash va kreditlash ishlarini juda yaxshi yo'lga qo'ygan. Kichik biznes ma'muriyati kichik biznesni qo'llab-quvvatlash maqsadlariga qaratilgan 45 milliard dollarlik budjetga ega. Bundan tashqari, tabiiy ofatlardan ziyon ko'rgan tadbirkorlar uchun mo'ljallangan 5 milliard dollarlik qo'shimcha mablag'i ham bor. Kichik biznes ma'muriyatining 90 dan ortiq mintaqaviy va hududiy bo'limlari tuzilgan. Ular joylarda xususiy sektor subyektlari oldida tug'iladigan har qanday muammoni kechiktirmay hal etishni asosiy maqsad qilib olgan. Kichik biznesga oid birinchi qonun 1953-yilda qabul qilingan, undan so'ng esa yana ko'plab huquqiy hujjatlar qabul qilingan. Ularning bajarilishini shu ma'muriyat qoshida tuzilgan Advokatura qattiq nazorat qilib boradi. Bu Advokatura ma'muriyat kabi yuqori maqomga ega. Uning rahbari AQSh Prezidenti tomonidan

tayinlanadi va faqat Prezident va Konressga hisobot beradi. Advokatura vakillari Kongress yig'ilishida kichik biznes manfaatlarini himoya qiladilar va xususiy sektorga ma'muriy bosim ko'rsatish holatlarini bartaraf etadilar. Qonunlarga davlat idoralari ham, kichik biznes vakillari ham birday amal qiladilar. 2003- yilda kichik biznes ma'muriyati tomonidan xususiy sektorga 200 mln dollar yo'naltirilgan. Bunday xarajatlar o'zini oqlaydi. Chunki kichik biznes subyektlari va ularning foydasi qancha ko'p bo'lsa, budjetga shuncha ko'p mablag' tushadi. Kichik biznesni qo'llab-quvvatlovchi tashkilotlar vakillarining fikricha tadbirkorlar oldida vujudga keladigan muammo pulning yetishmasligidan emas, balki aksar hollarda bilimning yetishmasligidan kelib chiqadi. Shuning uchun ham joylarda tadbirkorlar uchun bepul kutubxonalar va maslahatxonalar tashkil etilgan.

Yaponiyada XX asrning 40- yillarida mamlakat hukumati qoshida "Kichik va o'rta korxonalar boshqarmasi" tashkil etilgan. Kichik biznesni qo'llab-quvvatlashni milliy davlat markazlari kichik biznesni rivojlantirish umumdavlat dasturini bajarish yo'li bilan amalga oshiradilar. Shunday markazlardan 170 ta tuzilgan va faoliyat yuritib kelmoqda. Bundan tashqari, kichik korxonalarining raqobatbardoshligini yuqori darajada tutib turish uchun har bir prefekturada davlat texnologik dasturini amalga oshirishga javob beradigan davlat texnologik markazlari mavjud. Barcha markazlar faoliyatini Kichik va o'rta korxonalar boshqarmasi muvofiqlashtirib boradi. Yaponiyada kichik va o'rta korxonalar qo'llab-quvvatlashda quyidagilar ishtirok etadilar:

- davlat;
- o'zini o'zi boshqarish hududiy organlari;
- moliyaviy tuzilmalar;
- o'quv yurtlari.

Davlat kichik va o'rta korxonalarini turli xil imtiyozlar va soliqlarni kamaytirishni moliyalashni, oliy maktab (tashqi savdo va sanoat vazirligi) ga qarashli o'quv yurtlarida boshqaruvchilar, sohiblar, ma'murlar stajirovkasini yo'lda qo'yish orqali qo'llab-quvvatlaydi.

Mintaqaviy madad o'zini o'zi boshqaruvchi jamoat tashkilotlari tomonidan moliyaviy ta'minlashni, savdo va sanoatda rahbarlik qilish markazi yordamida savdo-sanoat palatasi hamda kichik va o'rta korxonalar uyushmasi Markaziy jamiyati mutaxassislarining bepul maslahatlarini yo'lga qo'yishni o'z ichiga oladi. Moliyaviy tuzilmalar

ham kreditlashni, ham banklarda maslahat markazlarini tashkil etishni amalga oshiradilar. O'quv yurtlari kichik va o'rta biznes uchun kadrlar tayyorlab beradilar.

Ana shunday qo'llab-quvvatlash natijasida Yaponiyada kichik va o'rta korxonalar soni ko'payib bormoqda. Ularning ulushi hukumat buyurtmalarida 45 foizni, jamoat tashkilotlarining buyurtmalarida 32 foizni tashkil etadi. Sotilayotgan sanoat mahsulotlarining 55 foizi, ulgurji savdoning 60 foizi, chakana savdoning 80 foizi kichik va o'rta biznesga to'g'ri keladi. Sanoat korporatsiyalari mahsulotlarining qariyb 40 foizi kichik va o'rta yordamchi pudratchilar ishtirokida ishlab chiqariladi.

Buyuk Britaniyada hukumat tadbirkorlik faoliyatining umumiy ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarini ta'minlash yo'li bilan, shuningdek, bevosita qo'llab-quvvatlashning turli-tuman iqtisodiy, tashkiliy, huquqiy-me'yoriy usullaridan foydalanib, kichik biznesga ta'sir etadi.

Fransiyada kichik biznesni qo'llab-quvvatlash hukumat faoliyatining muhim bir yo'nalishi hisoblanadi. Kichik korxonalarni kerakli axborot bilan ta'minlash, ularning tovarlarini o'tishiga ko'maklashish, kichik va o'rta firmalarning eksportga moyilligini rag'batlantirish, moliyaviy ko'mak – bular kichik biznesni qo'llab-quvvatlash yo'llaridir. Lekin frantsuz mutaxassislarining fikricha, baribir kichik biznesni rivojlantirishning yaxlit siyosatini ishlab chiqish, milliy va mahalliy darajadagi xatti-harakatlarni muvofiqlashtirish talab qilinadi.

Koreya Respublikasida kichik biznesga ko'maklashish siyosatini butun tashkilotlar tizimi amalga oshiradi. Bu masalalarning barchasini kichik biznesga doir maxsus qonun tartibga soladi. Bu qonun davlat muassasalari – kichik biznesga ko'maklashish organlarini tuzishni ko'zda tutadi. Lekin u yerda kichik biznesga ko'maklashish ishlari shunday tashkil etilganki, kichik korxonaga chetdan aniq yordam kutmay o'zi oyoqqa turib olish "immunitetini", o'sish va rivojlanish xususiyatlarini o'zi ishlab chiqadi

Shuni ta'kidlash lozimki, jahonda kichik biznesni qo'llab-quvvatlamaydigan mamlakatlar ham bor. Masalan, Avstraliyada davlat kichik tadbirkorlikni sira qo'llab-quvvatlamaydi. Natijada kichik korxonalar yirik firmalar bilan bo'ladigan raqobatda yutqazadilar. Ayrim mamlakatlar (AQSh, Germaniya, Osiyodagi ba'zi mamlakatlar)da esa davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash hamma kichik korxonalariga taalluqli

bo'lmaydi. Korxonalarining noqulay hududda joylashganligi va ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatiga qarab ularni qo'llab-quvvatlashga alohida-alohida yondashiladi.

QISQACHA XULOSALAR

Jahonning barcha rivojlangan mamlakatlarida tadbirkorlik va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash davlat iqtisodiy siyosatining mustaqil tarkibiy qismi hisoblanadi. O'zbekistonda ham shunday siyosat amalga oshirilib kelmoqda. Buning uchun tegishli qonunlar va maxsus davlat dasturi qabul qilingan, davlat organlari va nodavlat tashkilotlari tuzilgan hamda tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash bo'yicha ularning vazifalari belgilab berilgan, tadbirkorlik infratuzilmasi shakllantirilgan.

Tadbirkorlik infratuzilmasi – tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirishga u yoki bu ko'rinishda aloqador bo'lgan davlat organlari va nodavlat tashkilotlari majmuyidir. Uning asosiy vazifasi tadbirkorlikni tashkil etish va rivojlantirish bo'yicha davlat siyosatini amalga oshirish, tadbirkorlik subyektlariga har tomonlama yordam ko'rsatish va ularning huquqlarini himoya qilish hamda tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash hisoblanadi.

O'zbekistonda barcha viloyatlarda biznes-inkubatorlar tuzilib, faoliyat yuritib kelmoqda. Ularning asosiy vazifasi yangi tuzgan korxonalar rivojlanishining boshlang'ich bosqichlarini osonlashtirish, tadbirkorlarni o'qitish, tadbirkorlik subyektlarini tezroq rivojlanishi uchun shart-sharoit yaratish va ayrim resurslarni taqdim etish hisoblanadi.

Respublikada tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash yaxlit tizimi shakllantirilgan va u tadbirkorlikni rivojlantirishga sezilarli hissa qo'shib kelmoqda. Shu bilan birga, bu tizimni yuz berayotgan o'zgarishlar va paydo bo'layotgan yangi talablarga muvofiq uzluksiz takomillashtirib borish maqsadga muvofiq.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimining mohiyati va tarkibi.
2. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash zaruriyati.
3. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash yo'nalishlari.

4. O'zbekistonda tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash dasturlari va ularning bajarilishi.

5. O'zbekistonda tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash organlari va tashkilotlari.

6. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashda davlat boshqaruvi organlarining vazifalari.

7. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashda mahalliy davlat hokimiyati organlarining vazifalari.

8. Tadbirkorlikni rivojlantirishning davlat tomonidan rag'batlantirish tadbirlari.

9. Tadbirkorlik infratuzilmasi va uning roli.

10. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashda O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarishi, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasining vazifalari.

11. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashda O'zbekiston Savdo-sanoat palatasining vazifalari va roli.

12. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash borasida jahon tajribasi.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimi – bu...

A) tadbirkorlikni davlat tomonidan boshqarish majmuyi; B) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati; D) tadbirkorlikni rejalashtirish tizimi; E) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati, dasturlari, mexanizmi va ularni ta'minlashga mas'ul tuzilmalar majmuyi; F) barcha javoblar to'g'ri.

2. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimiga kiradi:

A) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati; B) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash dasturlari; D) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash mexanizmi; E) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tuzilmalari; F) barcha javoblar to'g'ri.

3. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tuzilmalariga kiradi:

A) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash mas'uliyati yuklangan davlat organlari va nodavlat tashkilotlari; B) tadbirkorlikni amalga oshiruvchi tashkilotlar; D) tadbirkorlik faoliyatini boshqaruvchi tashkilotlar; E) tadbirkorlik subyektlari majmuyi; F) barcha javoblar to'g'ri.

4. Tadbirkorlik infratuzilmasi – bu...

A) tadbirkorlik subyektlari majmuyi; B) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlovchi va unga xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar majmuyi; D) tadbirkorlik subyektlarining iste'molchilari; E) tadbirkorlik faoliyatining yo'nalishlari va turlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

5. Tadbirkorlik infratuzilmasining maqsadi:

A) tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish; B) tadbirkorlik faoliyatini rasmiylashtirish; D) tadbirkorlikni tartibga solish; E) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va unga xizmat ko'rsatish; F) barcha javoblar to'g'ri.

6. Tadbirkorlik infratuzilmasiga kiradi:

A) resurslar yetkazib beruvchilar; B) hamkorlar; D) vositachilar; E) investorlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

7. Tadbirkorlik infratuzilmasiga kirmaydi:

A) birjalar; B) biznes-markazlar; D) biznes reja; E) biznes-inkubatorlar; F) to'g'ri javob yo'q.

8. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimiga kiradi:

A) savdo-sanoat palatasi; B) Mikrokreditbank; D) kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirishni muvofiqlashtirish Respublika kengashi; E) tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tazuvchi organlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

9. Biznes-inkubatorning maqsadi...

A) unga kirib, inkubatsiya jarayonidan o'tib, mustaqil yashay oladigan tadbirkorlik subyektlarini shakllantirish; B) tadbirkorlik sub'yektlarini himoya qilish; D) tadbirkorlik subyektlarining rivojlanishini kuzatib borish; E) tadbirkorlik subyektlari faoliyatini nazorat qilish; F) barcha javoblar to'g'ri.

10. Biznes-inkubatorning vazifasi...

A) yangi korxonalar tuzish va ularni ko'paytirish; B) yangi tuzilgan korxonalarining oyoqqa turib olishiga ko'maklashish; D) tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash dasturlarini tuzish; E) tadbirkorlik subyektlarini qayta tashkil etish; F) barcha javoblar to'g'ri.

11. Biznes-inkubatorning ichki subyektlari (mijozlari):

A) biznes-inkubator bilan aloqada bo'lgan korxonalar; B) biznes-inkubator bilan shartnoma tuzgan barcha korxonalar; D) biznes-inkubator hududida joylashgan korxonalar; E) biznes-inkubatsiya davridan chiqib ketgan korxonalar; F) barcha javoblar to'g'ri.

12. Biznes-inkubatorning tashqi subyektlari (mijozlari):

A) biznes-inkubatsiya jarayoniga kiritilgan korxonalar; B) biznes-inkubatsiya jarayonidan chiqqan korxonalar; D) biznes-inkubatsiya jarayoniga kirmoqchi bo'lgan korxonalar; E) biznes-inkubatsiya jarayoniga kiritilmagan, lekin undan ko'mak olib turgan korxonalar; F) barcha javoblar to'g'ri.

13. Tadbirkorlikni tashkiliy ta'minlash qanday bo'ladi?

A) tadbirkorlik subyektlarini tashkil etish va rivojlantirish; B) tadbirkorlik faoliyatini barcha resurslar bilan ta'minlash; D) qo'llab-quvvatlovchi tuzilmalarni aniqlash, tuzish va ularning vakolatlarini belgilash; E) tadbirkorlik subyektlarini nazorat qilishni tashkil etish; F) barcha javoblar to'g'ri.

14. Tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlash – bu...

A) imtiyozli kreditlash; B) soliq imtiyozlari; D) mulkni xususiyashtirishda imtiyozlar; E) lizingda davlat kafolati berilishi; F) barcha javoblar to'g'ri.

15. Tadbirkorlikni huquqiy qo'llab-quvvatlash nimadan iborat?

A) tadbirkorlik subyektlarini erkin, mustaqil faoliyat yuritishlarini ta'minlaydigan va kafolatlaydigan qonunchilikni shakllantirish; B) iqtisodiyot sohasida qonunchilikni takomillashtirish; D) tadbirkorlikka oid maxsus qonunlarni ko'paytirish; E) tadbirkorlarni qonunlar tayyorlashga jalb qilish; F) barcha javoblar to'g'ri.

16. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash hisoblanadi:

A) tadbirkorlik sohasi uchun mutaxassislar tayyorlash; B) resurslardan foydalanishda teng va qulay imkoniyatlar yaratish; D) tadbirkorlik subyektlarining tashqi iqtisodiy faoliyatlarini qo'llab-quvvatlash; E) davlat buyurtmalarini bajarishga jalb etish; F) barcha javoblar to'g'ri.

17. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashdan asosiy maqsad...

A) tadbirkorlikni rivojlantirish orqali iqtisodiy o'sish va aholi farovonligiga

erishish; B) rivojlangan mamlakatlar qatoridan joy olish; D) davlat budjetini to'ldirish; E) tabiiy resurslardan samarali foydalanish; F) barcha javoblar to'g'ri.

18. Nima uchun xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga alohida e'tibor qaratiladi?

A) xususiy korxonalarni rivojlantirish va ko'paytirish; B) insonlarning shaxsiy qobiliyatlarini to'liq ro'yobga chiqarish; D) milliy boylikning katta qismini tashkil etadigan xususiy mulkni jamiyatni rivojlantirishga jalb qilish; E) xalqni boyitish; F) barcha javoblar to'g'ri.

19. Qo'llab-quvvatlashga ko'proq muhtoj:

A) kichik tadbirkorlik subyektlari; B) o'rta tadbirkorlik subyektlari; D) yirik tadbirkorlik subyektlari; E) nodavlat tashkilotlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

20. Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati nimadan iborat?

A) qo'llab-quvvatlash konsepsiyasidan; B) qo'llab-quvvatlash usullaridan; D) qo'llab-quvvatlash vositalaridan; E) qo'llab – quvvatlash mexanizmidan; F) barcha javoblar to'g'ri;

21. Nima uchun kichik tadbirkorlikni q'llab-quvvatlash kerak?

A) kam quvvat, raqobatga zaif bo'lgani uchun; B) ishchi-xodimlari oz bo'lgani uchun; D) o'rta tadbirkorlikka aylantirish uchun; E) ishlab chiqarishga o'tkazish uchun; F) faoliyatini ko'tarish uchun.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Biznes-inkubator – kichik korxonalar (innovatsion) tashkil etish va ularning samarali faoliyat yuritishlari uchun shart-sharoitlar yaratishga ixtisoslashgan tashkilot.

Biznes-inkubator ichki subyektlari (mijozlari) – biznes-inkubator hududida o'z ishlab chiqarishlari va ofislarini joylashtirgan kichik tadbirkorlik korxonalari.

Biznes – inkubator tashqi subyektlari (mijozlari) – biznes-inkubator hududidan tashqarida joylashgan, lekin uning xizmatlaridan foydalanishda ichki mijozlari bilan teng huquqqa ega bo'lgan kichik tadbirkorlik korxonalari.

Muvofiqlashtiruvchi kengash – kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirishni muvofiqlashtirish Respublika kengashi.

Tadbirkorlik infratuzilmasi – tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish, qo'llab-quvvatlashga u yoki bu darajada, ko'rinishda aloqador bo'lgan davlat organlari va nodavlat tashkilotlari majmuyi.

Tadbirkorlik tuzilmalari – tadbirkorlik subyektlarining barcha turlari, shakllari, tashkiliy ko'rinishlari.

Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash – tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish va rivojlanishiga davlat tomonidan huquqiy, tashkiliy, moliyaviy, ilmiy-texnikaviy, tashqi bozorga chiqishga, resurslar, mutaxassislar, axborot ta'minotiga ko'maklashish.

Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat dasturi – respublikada tadbirkorlikni (asosan kichik va xususiy tadbirkorlikni) rivojlantirish va takomillashtirishga yo'naltirilgan vazifalar, chora-tadbirlar, mas'ul organlar belgilab berilgan hujjat.

Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati – tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashning nazariy asoslari va amalga oshirish yo'llari, vositalari, mexanizmi, chora-tadbirlari majmuyi.

Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimi – tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash siyosati, dasturlari, mexanizmlari va ularni amalga oshirishga mas'ul davlat organlari va nodavlat tashkilotlari majmuyi.

Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tuzilmalari – tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga mas'ul bo'lgan davlat organlari va nodavlat tashkilotlari.

VIII BOB. TADBIRKORLIKNING TASHKILY ASOSLARI

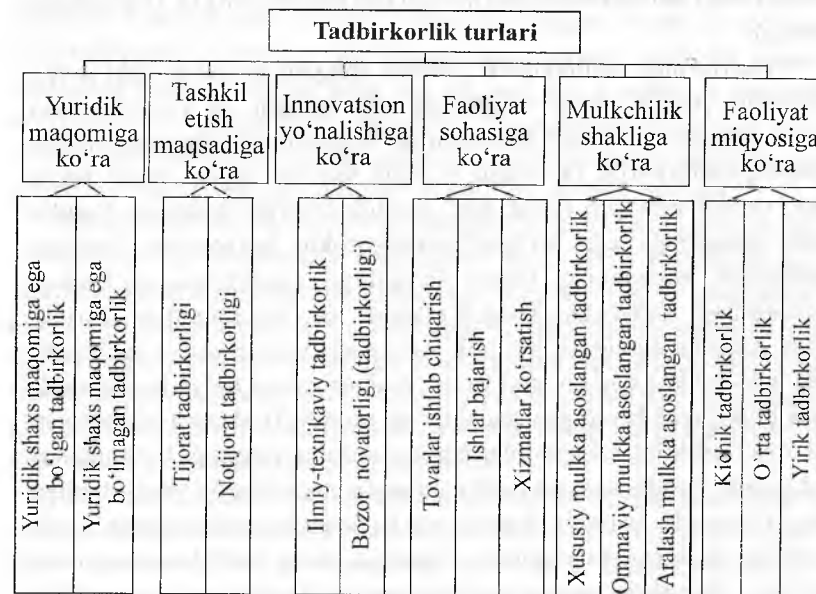
8. 1. TADBIRKORLIK TURLARI VA SHAKLLARINING MOHIYATI

Tadbirkorlik bir qator turlar va shakllarda tashkil etiladi, rasmiylashtiriladi va amalga oshiriladi. Tadbirkorlik turlari va shakllarini aniq ifodalash va tavsiflash ularning har birining o'rnini va roli, yuridik sohasi, yo'nalishi, turi, doirasi, chegaralarini aniqlash va belgilashda muhim ahamiyat kasb etadi. Ammo adabiyotlarda, xususan, amaliyotda tadbirkorlik turlari va shakllarini chalkashtirib yuborish hollari ko'p uchraydi. Bunday holatlar esa tadbirkorlikni tashkil etish, rasmiylashtirish, amalga oshirish, rivojlantirish, qo'llab-quvvatlash ishlarida bir muncha qiyinchiliklar tug'diradi. Bugungi kunda amaliyot bu masalaning yechimini kutmoqda va uni dolzarb qilib qo'ydi. Ana shunday zaruriyatdan kelib chiqqan holda biz mazkur masalaga aniqlik kiritishga harakat qildik.

Tadbirkorlik turlari va shakllari tadbirkorlik (tadbirkorlik faoliyati) ning turli tomonlarini aks ettiruvchi tushunchalar bo'lib, ular o'zaro chambarchas bog'liqdir. Tadbirkorlik turlari va shakllari, ularning o'zaro bog'liqligi mazmun va shakl kabi dialektik juftlik kategoriyalarining aniq bir ko'rinishi hisoblanadi. Bunday juftlik holatida tadbirkorlik shakliga tadbirkorlik turi mazmun sifatida qarama-qarshi turadi. Mazmun obyektning barcha elementlarining tarkibi, ularning aloqalari va munosabatlari, obyektning xossalari, rivojlanish ichki ziddiyatlari va tendensiyalari birligi, shakl esa mazmunning tashqi ifodalanishi, tipi va strukturasi, elementlarining nisbatan barqaror muayyanligi va o'zaro ta'siri deb tariflanadi. Mazkur mazmun va shakl bir-birini taqozo etadi, birgalikda mavjud bo'ladi va rivojlanadi. Shakl mazmunsiz bo'lmaganidek, mazmun ham o'ziga xos bir shaklda namoyon bo'ladi. Dialektikaning ana shunday xulosalari asosida tadbirkorlik turlari va shakllarining mohiyatini ochishga yondashish maqsadga muvofiq.

Tadbirkorlik turi – bu o'z elementlari, ularning aloqalari va munosabatlarini mujassamlashtirgan xossalari va xususiyatlari bilan ajralib turadigan tadbirkorlik yo'nalishidir. Tadbirkorlik shakli – bu tadbirkorlikning (alohida turining) yaxlit tashqi ifodalanishi va strukturasi, elementlari, aloqalari va munosabatlarining barqaror muayyanligi va tipidir.

Shuni ta'kidlash joizki, tadbirkorlik turlari va shakllarining o'zaro chalkashtirib yuborish asosiy sabablaridan biri ikki bir-biriga yaqin tushunchalarning yaqqol ajratilmagani hisoblanadi. Bu tushunchalardan biri tadbirkorlikning o'z turlari, ikkinchisi esa tadbirkorlik shakllarining turlaridir. Bunday anglashilmovchilikni bartaraf etishga tadbirkorlik shakllari iyerarxiyasini aniqlash va tahlil qilish yordam beradi. Bu iyerarxiya umumiylik, xususiylik, ayrimlik, alohidalik kabi to'rt darajadan iborat tizimdir. Unda tadbirkorlik shakllarining tahlili yuqori, umumiylik darajadan boshlanib, xususiylik va ayrimlik darajalari orqali quyi ayrimlik darajasiga qarab chuqurlashib boradi. Bunday tahlil natijasida tadbirkorlik shakllarining to'rt darajali iyerarxik tizimi



8. 1- chizma. Tadbirkorlik turlarining tasnifi.

shaklantiirildi. Unga ko'ra tadbirkorlik (alohida turi) umumiy shaklning bir necha turlari mavjud bo'lib, ular umumiy shaklning xususiy ko'rinishlari (xususiy shakllari) hisoblanadi. O'z navbatida, ikkinchi darajada har bir xususiy shaklning ham o'z turlari bo'lib, ular xususiy shaklning ayrim ko'rinishlari (ayrim shakllari)ni tashkil etadi. Har bir ayrim shakl ham o'z turlariga ega bo'lganda, ular ayrim shaklning alohida ko'rinishi hisoblanadi. Tadbirkorlik (alohida turi) ning shakllari iyerarxik tizimi mazkur bob oxirida 8.2- chizmada keltirilgan.

8. 2. TADBIRKORLIK TURLARI VA ULARNING TAVSIFI

Tadbirkorlik turli sohalarda amalga oshiriladi va turli yo'nalishlarga ega. Tadbirkorlikning o'z xossalari va xususiyatlari bilan ajralib turadigan nisbatan mustaqil yo'nalishlari uning turlari bo'lib hisoblanadi. Tadbirkorlik turlari murakkab bo'lib, ularni turlicha tartibga solish va tasniflash mumkin. Biz nazariya va amaliyot uchun tadbirkorlik turlarini quyidagi tartibda tasniflash ma'qul deb hisoblaymiz (8.1- chizmaga qarang).

O'zbekistonda tadbirkorlik yuridik maqomiga ko'ra ikki turga bo'linadi: yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan va yuridik shaxs maqomiga ega bo'lmagan tadbirkorlik. Respublikadagi qonunchilikka muvofiq tadbirkorlik faoliyatini yuridik shaxsni tashkil etgan holda ham, tashkil etmagan holda ham amalga oshirish mumkin. Yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan tadbirkorlikni korxonalar, firmalar, tashkilotlar, muassasalar, fermer xo'jaliklari, agrofimlar va boshqa ko'rinishdagi subyektlar tashkil etadilar va olib boradilar. Yuridik shaxs deganda egaligida, xo'jalik yuritishida yoki operativ boshqaruvida mol-mulkka ega bo'lgan va o'z majburiyatlari bo'yicha shu mol-mulk bilan javob beradigan, shuningdek, mustaqil balansga ega bo'lgan korxonalar, tashkilotlar, muassasalar hamda ularning mustaqil bo'linmalari tushiniladi. Yuridik shaxsni tashkil etmasdan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslar yakka tartibdagi tadbirkorlar hisoblanadilar va davlat ro'yxatidan o'tgandan so'ng tadbirkor maqomini oladilar. Lekin shuni ham aytib o'tish lozimki, O'zbekiston qonunchiligiga muvofiq tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bilan faqat yuridik

shaxsni tashkil etgan holda shug'ullanish mumkin va, demak, tadbirkorlik faoliyatining bunday turlari bilan yakka tartibda shug'ullanish taqiqlangan. Ular Vazirlar Mahkamasining qarorlari bilan belgilangan.

Tadbirkorlik subyektlarining o'z oldilariga qo'ygan umumiy maqsadlariga ko'ra ham tadbirkorlikning ikki turi ajratiladi: tijorat va notijorat tadbirkorligi. Tijorat tadbirkorligining asosiy maqsadi foyda olish, daromad ko'rish hisoblanadi. Bunday tadbirkorlik faoliyati natijasida olingan daromad (foyda) uning ishtirokchilari o'rtasida taqsimlanadi va o'z xohishlariga ko'ra ishlatiladi. Tadbirkorlik subyektlarining asosiy qismi tijorat tadbirkorligi bilan shug'ullanadilar va ular tijoratchi tadbirkorlar hisoblanadilar, yuridik shaxslar esa tijorat tashkilotlari deb ataladi. Notijorat tadbirkorligining asosiy maqsadi foyda olish emas, balki notijorat tusiga ega bo'lgan vazifalarni amalga oshirish hisoblanadi. Bunday tadbirkorlik bilan shug'ullanadigan yuridik shaxslar notijorat tashkilotlari deb ataladi. Ularga diniy, xayriya, siyosiy va boshqa jamoat birlashmalari, ijtimoiy jamg'armalar, muassasalar kiradi. Notijorat tashkilotlarining ayrimlari notijorat faoliyati bilan birga unga qo'shimcha ravishda tijorat faoliyati bilan ham shug'ullanishlari mumkin. Lekin tijorat faoliyati natijasida olingan foyda ta'sischilar (ishtirokchilar) o'rtasida taqsimlanmay, mazkur tashkilot nima maqsadda tuzilgan bo'lsa, faqat shu maqsad, ya'ni tashkilot ustavida ko'rsatilgan maqsadlar uchun ishlatiladi. Respublikada bunday tashkilotlar to'g'risida maxsus qonun qabul qilingan va ularning faoliyati shu qonun va boshqa tegishli qonunlar yordamida tartibda solinadi.

Tadbirkorlik innovatsion yo'nalishiga ko'ra ilmiy-texnikaviy va bozor tadbirkorligi (novatorligi) turlariga bo'linadi. Ilmiy-texnikaviy tadbirkorlik deganda tadbirkorlar tomonidan ilmiy-texnikaviy yangiliklarni o'z faoliyatiga tatbiq etib, ularni iqtisodiy jihatdan amalga oshirish ishlari tushuniladi. Bozor tadbirkorligi (novatorligi) esa tadbirkorlar tomonidan mavjud bozorlarni o'zgartirish va modifikatsiya qilish, yangi bozorlar ochish va shakllantirish, xomashyoning yangi manbalarini topishga yo'naltirilgan faoliyat hisoblanadi.

Tadbirkorlik iqtisodiyotning barcha sohalari va tarmoqlarida tashkil etilgan, amalga oshirilmoqda va rivojlanib bormoqda. Lekin uning holati va rivojlanishi barcha tarmoqlarda bir xil emas. O'zbekistonda tadbirkorlik subyektlari (yuridik shaxslar) ning 60 foizi qishloq xo'jaligi, 18 foizi savdo va umumiy ovqatlanish, 12 foizi sanoat va qurilish so-

halarida tashkil etilgan, xizmat ko'rsatish sohasida ham rivojlanib bormoqda. Yuridik shaxs bo'lmagan yakka tadbirkorlarning asosiy qismi savdo, umumiy ovqatlanish va ayrim xizmatlar ko'rsatish sohasida faoliyat olib bormoqdalar.

O'zbekiston mustaqillikka erishgandan so'ng mulkchilikning butun dunyoda qabul qilingan shakllariga o'tishni mo'ljallab, qonun hujjatlarini ham shunga moslashtirib kelmoqda. Shunga muvofiq O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksida va boshqa qonun hujjatlarida mulkchilikning ikki shakli e'tirof etilgan: xususiy mulk va ommaviy mulk. Xususiy mulk egalari xususiy mulkdorlar bo'lib, jismoniy shaxslar (fuqarolar) va yuridik shaxslar hisoblanadilar. Xususiy mulk shaxsiy ehtiyojni qondirishga mo'ljallangan. U shaxsiy mulkdan farqli o'laroq, yollanma mehnatni jalb qilib, tadbirkorlik bilan shug'ullanishda ham ishlatiladi. Xususiy mulk tufayli xususiy tadbirkorlikka yo'l ochiladi. Xususiy mulk – bu mulk egasi (mulkdor) o'z mulkiga nisbatan o'z huquqlarini xususiy tarzda, ya'ni boshqalarning roziligi yoki ruxsatini so'rab o'tirmay amalga oshiradigan mulkdir. Xususiy tadbirkorlik va jamoa tadbirkorligining asosiy qismi ana shu mulkka asoslanadi.

Ommaviy mulk – bu davlat va boshqa ommaviy tuzilmalar mulki bo'lib, ommaga tegishlidir. Davlat mulki haqiqatan ham xalqqa qarashli bo'linmaydigan mol-mulkdan iborat. Unga yer, yer osti boyliklari, suv, o'simlik va hayvonot dunyosi, havo bo'shlig'i va boshqalar, ya'ni iqtisodiy tizimning bevosita aholi foydasiga ishlaydigan va millatning ijodiy salohiyatini yaratadigan qismi kiradi. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksiga muvofiq ommaviy mulk – bu respublika mulki va ma'muriy-hududiy tuzilmalar mulki (munitsipal mulk) dan iborat davlat mulkidir.

Ommaviy (davlat) mulkka asoslangan korxonalar unitar korxonalar hisoblanadi. Unitar korxonalar o'ziga biriktirib qo'yilgan mulkka nisbatan mulkdor tomonidan mulk huquqi berilmagan tijorat korxonasi. Faqat davlat va munitsipal korxonalar unitar korxonalar bo'ladi. Bunday korxonalar davlat yoki munitsipal tuzilma (mulkdor) tomonidan biriktirib qo'yilgan mol-mulklarining foydalanishida yoki operativ boshqaruvida bo'ladi. Shunga muvofiq unitar korxonalar ikki turga bo'linadi:

1) xo'jalik yuritish huquqiga asoslangan korxonalar: Unga biriktirilgan mol-mulkdan xo'jalik yuritishda foydalanish huquqi beriladi; foydalanish huquqi deganda mol-mulklarining foydali xossalari topish, ularni amalda qo'llab, samara yoki daromad olish imkoniyati tushiniladi;

2) operativ boshqaruv huquqiga asoslangan korxonalar: operativ boshqaruv huquqi deganda mulkdor bilan korxonalar, (korxonalar) o'rtasida unga biriktirib qo'yilgan mol-mulkka egailik qilish, undan foydalanish va uni tasarruf etish bo'yicha yuridik tartib-qoidalar tushiniladi.

Tadbirkorlik, shuningdek, aralash mulkka asoslangan bo'lishi ham mumkin. Masalan, ayrim davlat korxonalarida xususiy mulk, ayrim aksiyadorlik jamiyatlarida esa davlat mulki ishtirok etadi, ayrim qo'shma korxonalar ham aralash mulk shakllariga asoslangan.

Shuni ta'kidlab o'tish joizki, mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish natijasida uning asosiy qismi xususiy sektorda mujassamlangan. Hozirgi paytda respublikada mavjud korxonalarining 95 foizidan ko'prog'i xususiy mulkka va faqat 5 foiziga yaqini davlat (omamaviy) mulkka asoslangandir.

Tadbirkorlik subyektlari faoliyat miqyosiga ko'ra ham turarlarga bo'linadi: kichik, o'rta, yirik tadbirkorlik. Tadbirkorlikni bunday turarlarga ajratishda asosiy mezon sifatida ishlovchilarning o'rtacha yillik soni olingan. Ana shu mezon bo'yicha respublikada korxonalar quyidagi turarlarga bo'linadi.

1. Mikrofirma – mulkchilik shaklidan qat'i nazar, o'rtacha yillik ishlovchilari soni quyidagi miqdorgacha bo'lgan mo'ljaz korxonalar:

a) ishlab chiqarish, sohasida – 20 kishigacha;

b) savdo, xizmat ko'rsatish va boshqa noishlab chiqarish sohaslarida – 5 kishigacha.

2. Kichik korxonalar – mulkchilik shaklidan qat'i nazar, o'rtacha yillik ishlovchilari soni quyidagi miqdorgacha bo'lgan korxonalar:

a) sanoatda – 100 kishigacha;

b) qurilish, qishloq xo'jaligi va boshqa ishlab chiqarish sohaslarida – 50 kishigacha;

d) savdo, xizmat ko'rsatish va boshqa noishlab chiqarish sohaslarida – 25 kishigacha.

3. O'rta korxonalar – mulkchilik shaklidan qat'i nazar, o'rtacha yillik ishlovchilari soni quyidagi miqdorgacha bo'lgan korxonalar:

a) sanoatda – 200 kishigacha;

b) qurilish, qishloq xo'jaligi va boshqa ishlab chiqarish sohaslarida – 100 kishigacha;

d) savdo, xizmat ko'rsatish va boshqa noishlab chiqarish sohaslarida – 50 kishigacha.

4. Yirik korxonalar – mulkchilik shaklidan qat'i nazar, o'rtacha yillik ishlovchilari soni o'rta korxonalar uchun belgilangan miqdordan ortiq bo'lgan korxonalar.

Shuni aytib o'tish lozimki, tadbirkorlikning bu turlari orasida son jihatidan kichik tadbirkorlik yetakchi o'rinni egallaydi. Chunki kichik tadbirkorlikka uchta tadbirkorlik subyekti: yakka tadbirkorlar, mikrofirmalar, kichik korxonalar kiradi. O'zbekistonda mavjud korxonalarining 90 foizidan ko'prog'ini mikrofirmalar va kichik korxonalar tashkil etadi.

8. 3. TADBIRKORLIK SHAKLLARI VA ULARNING TASNIFI

Tadbirkorlik shakllarini tasniflash va tahlil qilishda qo'yilgan maqsadga muvofiq turlicha yondashish mumkin. Amaliyotda tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllari keng tarqalgan va ko'proq qo'llaniladi. Shuning uchun ham buyerda tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllari tahlil predmeti sifatida olindi.

Tadbirkorlikning tashkiliy shakli deganda tadbirkorlik (tadbirkorlik faoliyati) ning tarkibiy qismlari va elementlari, ular o'rtasidagi aloqalar va munosabatlarning barqaror bir holati, ya'ni tadbirkorlikning tashkiliy tuzilmasi tushiniladi. Tadbirkorlikning huquqiy shakli deganda esa tadbirkorlik (tadbirkorlik faoliyati) ning yuridik ko'rinishi bo'lib, yuridik belgilarining o'ziga xos muayyan bir tartibda ifodalanish usuli, ya'ni tadbirkorlikning yuridik tuzilmasi tushiniladi. Tadbirkorlikning tashkiliy va huquqiy shakllari o'zaro uzviy bog'liq bo'lib, ular bir-birini taqozo etadi, to'ldiradi va amaliyotda birgalikda qo'llaniladi. Demak, ular birgalikda yaxlit bir tizimni aks ettiradilar.

Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllarini tabaqalash va tasniflash, bir tomondan, ularni birlashtiradigan umumiy, ikkinchi tomondan esa, ularni bir-biridan ajratib turadigan muhim tashkiliy va yuridik belgilari (xususiyatlari)ga asoslanishi lozim. Umumiylik darajada tadbirkorlikning quyidagi to'rt umumiy tashkiliy-huquqiy shakllarini ajratish mumkin:

- 1) yakka tartibdagi tadbirkorlik;
- 2) xususiy tadbirkorlik;
- 3) jamoa tadbirkorligi;
- 4) qo'shma tadbirkorlik.

Yakka tartibdagi tadbirkorlikni tadbirkorlikning boshqa shakllaridan ajratib turadigan muhim belgilari uning yuridik shaxs maqomiga ega bo'lmashligi, tadbirkorning shaxsiy mehnatiga asoslanishi, oddiy tashkiliy tuzilishi va boshqaruvi hisoblanadi.

Xususiy tadbirkorlikning o'ziga xos muhim belgilari uning mulkdori ham, tashkil etuvchisi ham, boshqaruvchisi ham yagona jismoniy shaxs bo'lishi, yuridik shaxs maqomiga ega bo'lib, yuridik shaxs ko'rinishida tashkil etilishi, yollanma mehnatdan foydalanishidir. Jamoa tadbirkorligida mulkdorlar va ishtirokchilar ko'proq bo'lib, ular jismoniy shaxs ham, yuridik shaxs ham bo'lishi hamda unda davlat ham ishtirok etishi mumkin, yollanma mehnat jalb qilinadi. Qo'shma tadbirkorlik bir necha davlat fuqarolari va (yoki) yuridik shaxslari (kompaniyalari, firmalari) tomonidan kiritiladigan qo'shma mulk, foydani taqsimlash va boshqaruvda qatnashish bo'yicha kelishuvga asoslanadi, unda davlat ham ishtirok etishi mumkin, yollanma mehnat jalb qilinadi.

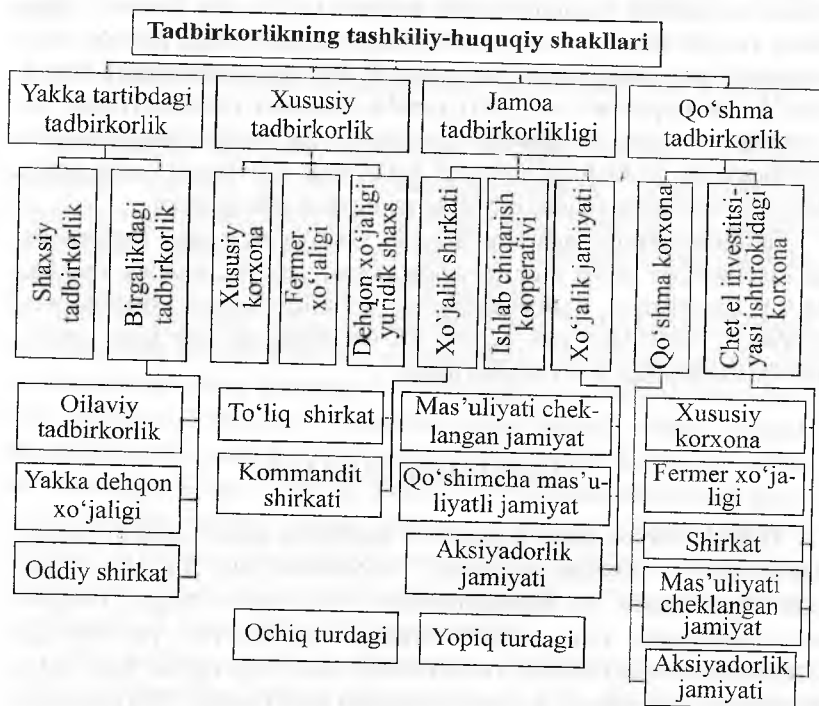
Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllarining quyi darajalardagi ko'rinishlari uning mos ravishda xususiy, ayrim, alohida shakllari bo'lib hisoblanadi. Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllarining iyerarxik va tashkiliy yaxlit tizimi 8.2-chizmada aks ettirilgan, batafsil tavsifi esa keyingi mavzuda berilgan.

QISQACHA XULOSALAR

Tadbirkorlik bir qator turlarda va shakllarda tashkil etiladi, rasmiylashtiriladi va amalga oshiriladi. Tadbirkorlik turi o'z elementlari, ularning aloqalari va munosabatlarini mujassamlashtirgan xossalari va xususiyatlari bilan ajralib turadigan tadbirkorlik yo'nalishidir. Tadbirkorlik turlari sifatida yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan va ega bo'lmagan tadbirkorlik, tijorat va notijorat tadbirkorligi, ilmiy-texnikaviy, tovar ishlab chiqarish, ish bajarish, xizmatlar ko'rsatish va savdosotiq tadbirkorligi, kichik, o'rta va yirik tadbirkorlikni ajratish mumkin. Tadbirkorlik turlarining har biri turli shakllarga ega bo'lishi mumkin.

Tadbirkorlik shakli – bu tadbirkorlikning (alohida turining) yaxlit holda tashqi ifodalanishi va strukturasi, elementlari aloqalari va munosabatlarining barqaror muayyanligi tipidir. Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllariga yakka tartibdagi tadbirkorlik, xususiy tadbirkorlik, jamoa tadbirkorligi, qo'shma tadbirkorlik kiradi. Mazkur shakllarning

har biri o'z turlariga ega, bular esa o'z ko'rinishlariga (variantlariga) ega. Shuni ta'kidlash lozimki, tadbirkorlik turlari va shakllari bir necha darajalarda aniqlanadi, tahlil darajasi o'zgarishi bilan ularning o'rni va roli, mavqeyi o'zgarishi mumkin, ya'ni bir-biriga o'tib turishi mumkin. Shuning uchun tadbirkorlik turlari va shakllari harakatchan murakkab hodisadir. Uni tushinish osonroq bo'lishi uchun tadbirkorlik turlarining va tadbirkorlik shakllarining alohida-alohida chizmalari tuzilgan va keltirilgan.



8. 2- chizma. Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllarining tasnifi.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Tadbirkorlik turlarining mohiyati.
2. Tadbirkorlik turlarining tasnifi.
3. Tadbirkorlik turlarining tavsifi.

4. Tadbirkorlik shakllarining mohiyati.
5. Tadbirkorlik shakllarining tasnifi.
6. Tadbirkorlik shakllarining tavsifi.
7. Tadbirkorlik turlari va shakllari dialektikasi.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Tadbirkorlik turi – bu...

A) tadbirkorlikning ro'yxatdan o'tkazilgan ko'rinishi; B) tadbirkorlikning yaxlit barqaror tashqi ifodalanishi, tuzilmasi; D) o'z elementlari, ularning aloqalari va munosabatlarini mujassamlashtirgan xossalari va xususiyatlari bilan ajralib turadigan tadbirkorlik yo'nalishi; E) tadbirkorlik faoliyatining amalga oshirish ruxsat etilgan yo'nalishi; F) barcha javoblar to'g'ri.

2. Tadbirkorlik shakli – bu...

A) tadbirkorlikning ro'yxatdan o'tkazilgan ko'rinishi; B) tadbirkorlikning yaxlit barqaror tashqi ifodalanishi, tuzilmasi; D) o'z elementlari, ularning aloqalari va munosabatlarini mujassamlashtirgan xossalari va xususiyatlari bilan ajralib turadigan tadbirkorlik yo'nalishi; E) tadbirkorlik faoliyatining amalga oshirish ruxsat etilgan yo'nalishi; F) barcha javoblar to'g'ri.

3. Yuridik maqomi bo'yicha tadbirkorlik turini aniqlang:

A) ishlab chiqarish bo'yicha tadbirkorlik; B) ishlar bajarish bo'yicha tadbirkorlik; D) xizmatlar ko'rsatish bo'yicha tadbirkorlik; E) yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan tadbirkorlik; F) barcha javoblar to'g'ri.

4. Yuridik maqomi bo'yicha tadbirkorlik turiga kiradi:

A) yuridik shaxs maqomiga ega bo'lmagan tadbirkorlik; B) kichik tadbirkorlik; D) o'rta tadbirkorlik; E) yirik tadbirkorlik; F) barcha javoblar to'g'ri.

5. Tashkil etish maqsadi bo'yicha tadbirkorlik turini toping:

A) yakka tadbirkorlik; B) notijorat tadbirkorligi; D) tovarlar ishlab chiqarish bo'yicha tadbirkorlik; E) xizmatlar ko'rsatish bo'yicha tadbirkorlik; F) to'g'ri javob yo'q;

6. Tashkil etish maqsadi bo'yicha tadbirkorlik turini aniqlang:

A) yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan tadbirkorlik; B) yakka tadbirkorlik; D) aralash tadbirkorlik; E) tijorat tadbirkorligi; F) barcha javoblar to'g'ri.

7. Innovatsion yo'nalishi bo'yicha tadbirkorlik turi qaysi?

A) ilmiy-texnikaviy tadbirkorlik; B) tijorat tadbirkorligi; D) notijorat tadbirkorligi; E) aralash tadbirkorlik; F) barcha javoblar to'g'ri.

8. Innovatsion tadbirkorlik turini toping:

A) tijorat tadbirkorligi; B) notijorat tadbirkorligi; D) bozor novatorligi; E) qo'shma tadbirkorlik; F) to'g'ri javob yo'q.

9. Faoliyat sohasi bo'yicha tadbirkorlik turini aniqlang:

A) kichik tadbirkorlik; B) o'rta tadbirkorlik; D) aralash tadbirkorlik; E) ishlab chiqarish bo'yicha tadbirkorlik; F) barcha javoblar to'g'ri.

10. Faoliyat sohasi bo'yicha tadbirkorlik turiga kiradi:

A) xususiy ishlab chiqarish tadbirkorligi; B) sanoat ishlab chiqarish tadbirkorligi; D) qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish tadbirkorligi; E) hunarmandchilik tadbirkorligi; F) barcha javoblar to'g'ri.

11. Faoliyat sohasi bo'yicha tadbirkorlik turi:

A) ishlar bajarish bo'yicha tadbirkorlik; B) xomashyo ishlab chiqarish bo'yicha tadbirkorlik; D) tovar ishlab chiqarish bo'yicha tadbirkorlik; E) xizmatlar ko'rsatish bo'yicha tadbirkorlik; F) barcha javoblar to'g'ri.

12. Xususiy mulkka asoslangan tadbirkorlik subyekti qaysi?

A) tovar ishlab chiqaruvchi unitar korxonaga; B) xomashyo ishlab chiqaruvchi unitar korxonaga; D) xizmatlar ko'rsatuvchi unitar korxonaga; E) ishlar bajaruvchi unitar korxonaga; F) to'g'ri javob yo'q.

13. Unitar korxonaga qanday mulkka asoslanadi?

A) xususiy mulkka; B) ommaviy mulkka; D) aralash mulkka; E) shaxsiy mulkka; F) barcha javoblar to'g'ri

14. Davlat korxonasi qaysi mulkka asoslanadi?

A) ommaviy mulkka; B) aralash mulkka; D) shaxsiy mulkka; E) xususiy mulkka; F) to'g'ri javob yo'q.

15. Yuridik shaxs hisoblanadi:

A) dehqon va fermer xo'jaliklari, ishlab chiqarish kooperativi; B) dehqon va fermer xo'jaliklari, xo'jalik shirkatlari va jamiyatlari; D) fermer xo'jaliklari,

ishlab chiqarish kooperativi, xo'jalik shirkatlari va jamiyatlari; E) fermer xo'jaligi, oila tadbirkorligi, xo'jalik shirkatlari va jamiyatlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

16. Yuridik shaxs hisoblanmaydi:

A) yakka tadbirkorlar, dehqon va fermer xo'jaliklari; B) yakka tadbirkorlar, dehqon xo'jaliklari; D) yakka tadbirkorlar, ishlab chiqarish kooperativi; E) yakka tadbirkorlar, mas'uliyati cheklangan jamiyatlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

17. Yakka tadbirkorlik turlari hisoblanadi:

A) shaxsiy tadbirkorlik; B) oddiy shirkat; D) guruh tadbirkorligi; E) oilaviy tadbirkorlik; F) barcha javoblar to'g'ri.

18. Xo'jalik shirkatining turlari:

A) to'liq shirkat, kommandit shirkati, oddiy shirkat; B) to'liq shirkat, oddiy shirkat; D) kommandit shirkati, oddiy shirkat; E) kommandit shirkati, to'liq shirkat; F) barcha javoblar to'g'ri.

19. Xo'jalik jamiyatining turlari:

A) ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyati; B) yopiq turdagi aksiyadorlik jamiyati; D) mas'uliyati cheklangan jamiyat; E) qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat; F) barcha javoblar to'g'ri.

20. Aksiyadorlik jamiyati turlari:

A) oddiy va mas'uliyati cheklangan jamiyat; B) oddiy va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat; D) ochiq va yopiq turdagi aksiyadorlik jamiyatlari; E) ochiq va oddiy aksiyadorlik jamiyatlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

21. Tadbirkorlik subyektlarini miqyosi bo'yicha tabaqalash mezonlari:

A) ishlab chiqarish hajmi; B) ishlovchilar soni; D) faoliyat turlari soni; E) faoliyat foydasi hajmi; F) mahsulot sotishdan tushgan tushum hajmi.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Bozor novatorligi (tadbirkorligi) – tadbirkorlar tomonidan mavjud bozorlarni o'zlashtirish va modifikatsiya qilish, yangi bozorlar ochish va shakllantirish, yangi xomashyo manbalarini topishga mo'ljallangan tadbirkorlik turi.

Ilmiy-texnikaviy tadbirkorlik – tadbirkorlar tomonidan ilmiy-texnikaviy yangiliklarni o‘z faoliyatiga tadbiq etib, ularni iqtisodiy jihatdan amalga oshirishga mo‘ljallangan tadbirkorlik turi.

Kichik korxonalar – o‘rtacha yillik ishlovchilari soni sanoatda 100, qurilish, qishloq xo‘jaligi va boshqa ishlab chiqarish sohaslarida 50, savdo, xizmatlar ko‘rsatish va boshqa noishlab chiqarish sohaslarida 25 kishigacha bo‘lgan korxonalar.

Mikrofirma – o‘rtacha yillik ishlovchilari soni ishlab chiqarish sohasida 20, savdo, xizmatlar ko‘rsatish va boshqa noishlab chiqarish sohaslarida 5 kishigacha bo‘lgan mo‘jaz korxonalar.

Notijorat tadbirkorligi – foyda olish emas, balki boshqa ijtimoiy foydali maqsadlarga mo‘ljallangan tadbirkorlik turi.

Ommaviy mulkka asoslangan tadbirkorlik-davlat va boshqa ommaviy tuzilmalar mulki asosida tashkil etilgan va amalga oshiriladigan tadbirkorlik turi.

Tadbirkorlik turi – o‘z tarkibiy qismlari va elementlari, ularning aloqalari va munosabatlarini mujassamlashtirgan xossalari va xususiyatlari bilan ajralib turadigan tadbirkorlik yo‘nalishi.

Tadbirkorlik turining shakllari – tadbirkorlik alohida turiniing yaxlit tashqi ifodalanish (ko‘rinish) variantlari.

Tadbirkorlik shakli – tadbirkorlikning yaxlit tashqi ifodalanishi va strukturasi, elementlari aloqasi va munosabatlarining barqaror muayyanligi, ko‘rinishi va tipi.

Tadbirkorlik shaklining turlari – tadbirkorlik alohida shaklining o‘ziga xos xususiyatlari bilan ajralib turadigan ko‘rinishlari.

Tashkiliy tuzilma – tadbirkorlik subyektlarining tashkiliy ichki tuzilishi, shakli, ko‘rinishi.

Tijorat tadbirkorligi – foyda olish maqsadida tashkil etiladigan va amalga oshiriladigan tadbirkorlik turi.

Xususiy mulkka asoslangan tadbirkorlik – mol-mulk egasi hisobidan jismoniy va yuridik shaxslar (mulkdorlar) mulklari asosida tashkil etilgan va amalga oshiriladigan tadbirkorlik turi.

Yirik korxonalar – o‘rtacha yillik ishlovchilari soni o‘rta korxonalar uchun belgilangan miqdordan ortiq bo‘lgan korxonalar.

O‘rta korxonalar – o‘rtacha yillik ishlovchilari soni sanoatda 200, qurilish, qishloq xo‘jaligi va boshqa ishlab chiqarish sohaslarida 100, savdo, xizmatlar ko‘rsatish va boshqa noishlab chiqarish sohaslarida 50 kishigacha bo‘lgan korxonalar.

IX BOB. TADBIRKORLIKNING TASHKILY-HUQUQIY SHAKLLARI

9. 1. YAKKA TARTIBDAGI TADBIRKORLIK, UNING XUSUSIYATLARI VA TURLARI

Tadbirkorlikning eng oddiy tashkiliy-huquqiy shakli bo'lib yakka tartibdagi tadbirkorlik (yakka tadbirkorlik) hisoblanadi. Yakka tadbirkorlik – bu yuridik shaxs tashkil etmagan holda jismoniy shaxs (yakka tadbirkor) tomonidan tadbirkorlik faoliyatining amalga oshirilishidir.

Yakka tadbirkorlikning asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- 1) xususiy mulkka asoslanadi;
- 2) tadbirkorning shaxsiy mehnatiga asoslanadi;
- 3) yuridik shaxsni tashkil etmagan holda amalga oshiriladi;
- 4) tadbirkorlik faoliyati mehnat stajiga kiritiladi (tadbirkorlik faoliyati tadbirkorning asosiy ishi hisoblansa va ijtimoiy sug'urta badallari to'lab borilgan taqdirda).

Yakka tadbirkorlik bilan shug'ullangan shaxs yakka tadbirkor sifatida davlat ro'yxatidan o'tishi va soliq organida hisobga qo'yilishi shart.

Yakka tadbirkorlik quyidagi ko'rinishlarda amalga oshiriladi:

1. shaxsiy tadbirkorlik;
2. birgalikdagi tadbirkorlik:
 - a) oilaviy tadbirkorlik;
 - b) dehqon xo'jaligi (yuridik shaxs bo'lmagan);
 - d) oddiy shirkat.

Shaxsiy yakka tadbirkorlik xodimlar yollash huquqsiz tadbirkorning o'z mehnati bilan mulk huquqi, shuningdek, mol-mulkka egalik qilish va (yoki) undan foydalanishga yo'l qo'yadigan o'zga ashyoviy huquq asosida o'ziga tegishli bo'lgan mol-mulk negizida mustaqil ravishda amalga oshiriladi. Yakka tadbirkorlikni amalga oshirish uchun er-xotindan biri ularning birgalikdagi umumiy mol-mulkidan foydalananadigan hollarda, agarda qonunlarda va nikoh shartnomasida yoki er-xotin o'rtasidagi o'zga kelishuvda boshqacha qoida nazarda tutilgan bo'lmasa, erning (xotinning) roziligi talab qilinadi.

9. 2. XUSUSIY TADBIRKORLIK VA UNING KO'RINISHLARI

Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllaridan biri xususiy tadbirkorlik bo'lib, u tadbirkorlikda, biznesda alohida o'rin egallaydi va jamiyatda muhim rol o'ynaydi. Chunki xususiy tadbirkorlik bir qator afzalliklarga ega. Ma'lumki, xususiy tadbirkorlik xususiy mulkka asoslanadi. Bunday mulk egasi uni asrab-avaylab saqlash, yaxshi foyda keltiradigan ishlarga joylashtirish, oqilona va samarali foydalanishga harakat qiladi. Chunki bu sa'y-harakatlar natijasi mulkdorga tegishli bo'ladi. Bundan tashqari, xususiy tadbirkorlar to'la mustaqil bo'lib, erkin harakat qilish imkoniyatiga ega bo'lganligi tufayli tezkorlik bilan qarorlar qabul qilib, muammolarni tezroq yechish va yaxshiroq natijalarga erishishni ta'minlashlari mumkin. Xususiy tadbirkorlarning bunday sa'y-harakatlari respublikada qo'llab-quvvatlanadi va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlanishi uchun yangi-yangi imkoniyatlar yaratilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Xususiy tadbirkorlik va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tuzish to'g'risida"gi, "O'zbekiston iqtisodiyotida xususiy sektorning ulushi va ahamiyatini tubdan oshirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmonlari, "O'zbekiston Respublikasi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash davlat dasturi", "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida", "Xususiy korxonalar to'g'risida", "Fermer xo'jaligi to'g'risida"gi qonunlar, "O'zbekiston Respublikasida xususiy tadbirkorlik to'g'risida Nizom" va boshqa hujjatlar shu maqsadga yo'naltirilgan.

Xususiy tadbirkorlikning muhim belgilari quyidagilardan iborat:

- xususiy mulkka asoslanadi;
- yuridik shaxs maqomiga ega bo'ladi;
- yollanma mehnat to'liq yoki qisman jalb etiladi;
- korxonalar (firma) shaklida ro'yxatdan o'tkaziladi.

Xususiy tadbirkorlik xususiy korxonalar, fermer xo'jaligi, yuridik shaxs bo'lgan dehqon xo'jaligi ko'rinishlarida (shakllarida) tashkil etiladi va amalga oshiriladi. O'zbekistonda 2003-yil 11-dekabrda "Xususiy korxonalar to'g'risida"gi qonun qabul qilingan. Mazkur qonunining maqsadi xususiy korxonalarini tuzish, ularning faoliyati, qayta tashkil etilishi va tugatilishi sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat.

Xususiy korxonona – bu mulkdor – yagona jismoniy shaxs tomonidan tuziladigan va boshqariladigan tijorat tashkiloti, korxonasi. U tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Xususiy korxonona o‘z egaligida alohida mol-mulka ega bo‘ladi, o‘z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo‘lishi hamda ularni amalga oshirishi, majburiyatlar olishi va ularni bajarishi, sud-da da’vogar va javobgar bo‘lishi mumkin. Xususiy korxonona o‘z majburiyatlari bo‘yicha o‘ziga qarashli butun mol-mulki, u yetishmagan taqdirda korxonani tuzgan mulkdorning mol-mulki bilan javob beradi. Xususiy korxonona to‘liq firma nomiga ega bo‘lishi lozim va uning firma nomi “xususiy korxonona” so‘zini o‘z ichiga olishi kerak. Bundan tashqari, u qisqartirilgan firma nomiga ham ega bo‘lishi mumkin. U firma nomi va manzili aks ettirilgan muhri va tamg‘asiga, mustaqil balansiga ega bo‘ladi, belgilangan tartibda buxgalteriya hisobi yuritadi va hisobotlar topshiradi, bankda hisobvaraqlar ochadi.

Xususiy korxonona mulkdor tomonidan nomuayyan muddatga tuziladi, mulkdor unga teshgishli mol-mulk beradi va uning ustavini tasdiqlaydi. Xususiy korxononaning ta‘sis hujjati ustav bo‘lib, unda quyidagilar ko‘rsatiladi:

- korxononaning firma nomi;
- uning pochta manzili;
- maqsadi va vazifalari;
- asosiy faoliyat turlari;
- uni tuzgan mulkdorning familiyasi, ismi, otasining ismi va yashash joyi;

–ustav jamg‘armasining miqdori va boshqalar.

Xususiy korxononaning ustav jamg‘armasi bo‘linmasdir va uning miqdorini hamda unga kiritiladigan mol-mulkn mulkdor mustaqil belgilaydi. Agar mulkdor o‘z oila a‘zolarining umumiy mulki hisoblangan mol-mulkn korxonaga beradigan bo‘lsa, shu mol-mulk tegishli bo‘lgan barcha oila a‘zolarining notarial tasdiqlangan roziligi bo‘lishi kerak.

Xususiy korxonona mulkdorining asosiy huquqlari quyidagilar:

- korxonona rahbari sifatida uni yakka boshqarish;
- korxonona nomidan ishonchnomasiz ish ko‘rish;
- korxonona pul mablag‘lari va boshqa mol-mulknini tasarruf etish;
- shartnomalar tuzish;
- ishonchnomalar berish;

– korxonani tuzish, qayta tashkil etish va tugatish to‘g‘risida qaror qabul qilish;

– korxonada ustavini tasdiqlash, unga o‘zgartirish va qo‘shimchalar kiritish;

– barcha xodimlar uchun majburiy bo‘lgan buyruqlar chiqarish va ko‘rsatmalar berish;

– ishchi – xodimlar yollash;

– o‘z xodimlariga ish haqini qonunlarga muvofiq mustaqil belgilash va boshqalar.

Xususiy korxonada mulkdorining asosiy majburiyatlari:

– ustav jamg‘armasini shakllantirish;

– korxonani belgilangan tartibda ro‘yxatdan o‘tkazish;

– korxonani yakka tartibda boshqarish;

– shartnomalar bo‘yicha o‘z majburiyatlarini bajarish;

– korxonada mehnat sharoitlarini yaratish va yaxshilab borish;

– ishlab chiqarish va mehnat xavfsizligini, xodimlarning ijtimoiy muhofazasini ta‘minlash;

– ekologiya, sanitariya, gigiyena va boshqa maxsus talablarga rioya qilish;

– xodimlar bilan o‘z vaqtida hisob-kitob qilish;

– buxgalteriya hisobi yuritish va hisobotlar topshirish;

– manzili yoki boshqa rekvizitlari o‘zgarganda ro‘yxatdan o‘tkazgan organga o‘z vaqtida xabar qilish va boshqalar.

Xususiy korxonada davlat ro‘yxatidan o‘tkazilgan paytdan boshlab yuridik shaxs maqomiga ega bo‘ladi. U belgilangan tartibda vakolatxonalar ochishi va filiallar tuzishi, boshqa yuridik shaxslarning muassisi bo‘lishi yoki ularning ustav jamg‘armasiga o‘zgacha tarzda ishtirok etishi mumkin. Qonunda xususiy korxonada faoliyati erkinligining kafolatlari ham belgilab qo‘yilgan.

Xususiy tadbirkorlikka, shuningdek, fermer xo‘jaligi va yuridik shaxs bo‘lgan dehqon xo‘jaligi ham kiradi. Fermer xo‘jaligi – yuridik shaxs maqomiga ega bo‘lgan fermer xo‘jaligi a‘zolarining birgalikdagi mehnati asosida uzoq muddatga ijaraga berilgan yer uchastkasida qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarishga asoslangan mustaqil xo‘jalik yurituvchi subyektdir. Yuridik shaxs bo‘lgan dehqon xo‘jaligi – yuridik shaxs sifatida ro‘yxatdan o‘tgan va yuridik shaxs belgilariga ega bo‘lgan xo‘jalik boshlig‘iga meros qilib qoldirilgan umrbod ega-

lik qilishga berilgan tomorqa hamda uzoq muddatga ijaraga olingan yer uchastkalarida oila a'zolari va yollangan xodimlar mehnati bilan qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqaruvchi va sotuvchi tovar xo'jaligidir.

O'zbekistonda qishloq xo'jalik shirkatlarini qayta tashkil etib, fermer xo'jaliklariga aylantirish munosabati bilan fermerchilik harakati kengayib bormoqda. Respublikada 2004- yil boshida 104 mingta, 2005-yil boshida 125 mingta fermer xo'jaligi mavjud bo'lsa, 2007- yil boshiga kelib ularning soni 190 mingtaga yetgan. Shu davrga Buxoro viloyatida fermer xo'jaliklari soni 8600 tadan 17 mingtaga yetgan.

9. 3. JAMOA TADBIRKORLIGINING KO'RINISHLARI VA ULARNING XUSUSIYATLARI

Jamoa tadbirkorligi jamoa a'zolarining mehnati hamda jamoa a'zolari va boshqa ishtirokchilar mulkiga asoslangan bo'lib, yuridik shaxs shaklida tashkil etiladi va amalga oshiriladi. Jamoa tadbirkorligi bir qator ko'rinishlarga, xususiyl shakllarga ega: ishlab chiqarish kooperativi, xo'jalik shirkati, xo'jalik jamiyati, unitar korxonona, notijorat tashkilotlari va boshqalar.

Ishlab chiqarish kooperativi – bu fuqarolarning shaxsiy ishtiroki va mulkiy pay badallarini birlashtirib, birgalikda ishlab chiqarish yoki boshqa xo'jalik faoliyati yuritish uchun a'zolik asosida tuziladigan ixtiyoriy birlashmadir. Uning asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- kooperativ a'zolari soni 5 kishidan kam bo'lmaydi;
- kooperativga yuridik shaxslar ham a'zo bo'lishlari mumkin;
- a'zolarning huquqlari ular qo'shgan pay miqdori bilan bog'liq emas;
- pay miqdoridan qat'i nazar, kooperativning har bir a'zosi umumiy majlisda bir ovozga ega;
- foyda hamda kooperativ tugatilganda qolgan mol-mulk va mablag' a'zolarining mehnatdagi ishtirokiga muvofiq taqsimlanadi;
- kooperativdan chiqadigan a'zo mulkdagi ulushini emas, balki faqat pay badalini oladi;
- a'zolar kooperativ majburiyatlari bo'yicha subsidiar (qo'shimcha) javobgar hisoblanadilar;
- kooperativ yuridik shaxs bo'lib, ta'sis hujjati ustavdir.

Kooperativning mulki dastlab a'zolarining pay badallaridan tashkil topadi. Kooperativni boshqarish organlari: oliy organi – uning a'zolari umumiy majlisi; kuzatuv kengashi (uni tuzish shart emas); ijro organlari boshqaruv va (yoki) raisdan iborat. Kooperativning boshqaruv organlarini tuzishda nomzodlar faqat uning a'zolaridan tanlanishi shart.

Xo'jalik shirkati – umumiy nom ostida birgalikda tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun bir necha shaxsning shartnoma asosida birlashuvidir. Xo'jalik shirkati quyidagi bir qator xususiyatlarga ega:

- xo'jalik shirkatida, asosan, shaxsiy harakatlar birlashtiriladi;
- to'liq sheriklar asosiy faoliyat yurituvchi shaxslar bo'lib, shirkat majburiyatlari bo'yicha o'z mulklari bilan cheklanmagan miqdorda javobgar hisoblanadilar;

- har bir shaxs faqat birta shirkatga to'liq sherik bo'lishi mumkin;
- shirkatga fuqarolar ham, yakka tadbirkorlar ham, yuridik shaxslar ham sheriklik asosida kirishlari mumkin.

Xo'jalik shirkatining ikki ko'rinishi mavjud: to'liq shirkat va kommandit shirkati. Ishtirokchilari o'rtasida o'zaro tuzilgan shartnomaga muvofiq shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadigan hamda uning majburiyatlari bo'yicha o'zlariga tegishli barcha mol-mulk bilan javob beradigan shirkat to'liq shirkat hisoblanadi. Bunday shirkat ishtirokchilari to'liq sheriklar deb ataladi. To'liq sheriklar bilan bir qatorda shirkat majburiyatlari bo'yicha faqat o'zlari qo'shgan hissa doirasida javobgar bo'ladigan hamda shirkat faoliyatida qatnashmaydigan bir yoki bir necha ishtirokchisi ham bo'lgan shirkat kommandit shirkati hisoblanadi. Shirkatning to'liq bo'lmagan ishtirokchilari hissa qo'shuvchilar, omonatchilar, kommanditchilar deb ataladi. Agar kommandit shirkatining firma nomiga hissa qo'shuvchining nomi kiritilgan bo'lsa, bunday hissa qo'shuvchi to'liq sherikka aylanadi.

Xo'jalik jamiyati – bu tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun bir yoki bir necha shaxsning mulkini birlashtirish yo'li bilan tashkil qilindigan tashkilotdir. U quyidagi xususiyatlarga ega:

- xo'jalik jamiyatida shaxsiy harakatlar emas, balki mol-mulk birlashtiriladi;

- ishtirokchilar jamiyat majburiyatlari bo'yicha javob bermaydilar (qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatdan tashqari);

- tadbirkorlik tavakkali ustav sarmoyasiga qo'shgan badal bilan cheklanadi (qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatdan tashqari);

– ustav sarmoyasi hissa qo‘shgan va boshqa kreditorlar uchun kafolat hisoblanadi;

– ustav sarmoyasini kamaytirish uchun barcha kreditorlarni xabardor qilish kerak.

Xo‘jalik jamiyatining uch ko‘rinishi mavjud: mas‘uliyati cheklangan jamiyat, qo‘shimcha mas‘uliyatli jamiyat, aksiyadorlik jamiyati. Mas‘uliyati cheklangan jamiyat – bu bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta‘sis etilgan, ustav sarmoyasi ta‘sis hujjatlarida belgilangan miqdordagi ulushlarga bo‘lingan va umumiy zarar uchun ishtirokchilár javobgarligi o‘zlari qo‘shgan hissa doirasida cheklangan jamiyatdir. Qo‘shimcha mas‘uliyatli jamiyat – bu bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta‘sis etilgan, ustav sarmoyasi ta‘sis hujjatlarida belgilangan miqdordagi ulushlarga bo‘lingan va umumiy zarar uchun ishtirokchilari o‘zlari qo‘shgan hissaga nisbatan karrali miqdorda solidar tarzda subsidiar javobgar bo‘ladigan jamiyatdir. Ishtirokchilardan biri nochor (bankrot) bo‘lib qolganida uning jamiyat majburiyatlari bo‘yicha javobgarligi boshqa ishtirokchilari o‘rtasida ularning qo‘shgan hissalariga mutanosib ravishda taqsimlanadi.

Xo‘jalik jamiyatining yana bir ko‘rinishi aksiyadorlik jamiyati bo‘lib hisoblanadi. Ustav sarmoyasi muayyan aksiyalar soniga bo‘lingan jamiyat aksiyadorlik jamiyatidir. Aksiyadorlik jamiyatining ishtirokchilari (aksiyadorlari) uning majburiyatlari bo‘yicha javob bermaydilar va jamiyat faoliyati bilan bog‘liq zarar uchun o‘zlariga qarashli aksiyalar qiymati doirasida javobgar bo‘ladilar. Aksiyadorlik jamiyatlarining ikki turi – ochiq va yopiq ko‘rinishlari mavjud. Ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyatida uning ishtirokchilari o‘zlariga qarashli aksiyalarni boshqa aksiyadorlarning roziligisiz o‘zga shaxslarga berishlari yoki sotishlari mumkin. Bunday aksiyadorlik jamiyati o‘zi chiqargan aksiyalarga qonun hujjatlarida belgilab qo‘yiladigan shartlar asosida ochiq obuna o‘tkazadi va ularni ochiq, erkin sotadi. Ochiq aksiyadorlik jamiyati har yili yillik hisobot, buxgalteriya balansi, foyda va zararlar hisobvarag‘ini barcha qiziquvchilar tanishib chiqishlari uchun ommaviy axborot vositalarida e‘lon qilishi shart.

Yopiq turdagi aksiyadorlik jamiyati – aksiyalari faqat o‘zining ta‘sischilari orasida yoki oldindan belgilab qo‘yiladigan boshqa shaxslar doirasida taqsimlanadigan jamiyatdir. Bunday jamiyat o‘zi chiqaradigan aksiyalarga ochiq obuna o‘tkazishi yoki ochiq, erkin sotishi

mumkin emas. Bu jamiyat uchun aksiyadorlar sonining eng quyi va eng yuqori chegarasi qonunlarda belgilab qo'yilgan. Aksiyadorlar soni belgilangan miqdordan oshib ketganda, u ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyatiga aylantirilishi, undan pasayganda esa sud tartibida tugatilishi lozim.

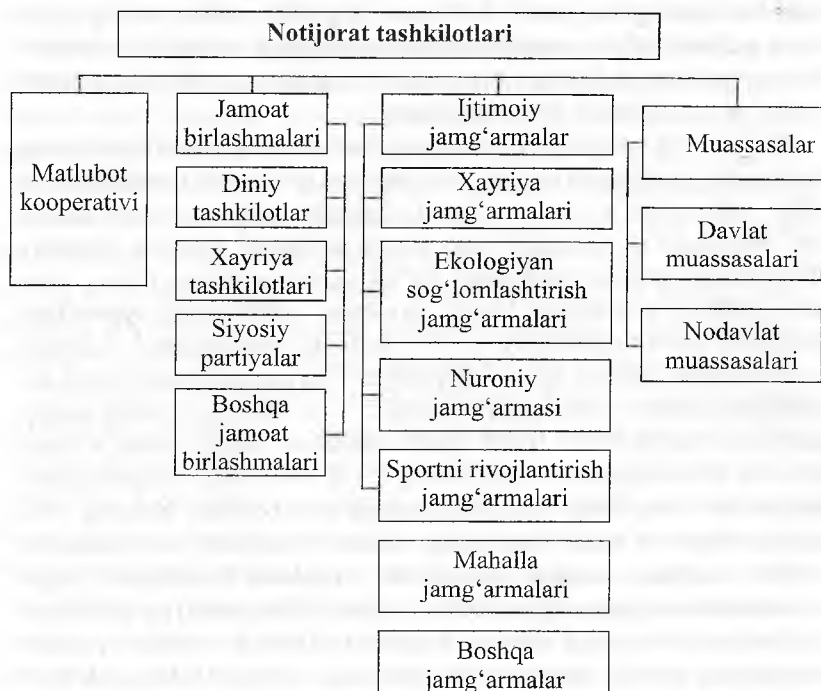
Jamoa tadbirkorligining tashkiliy ko'rinishlaridan biri unitar korxonadir. O'ziga birlashtirib qo'yilgan mol-mulkka nisbatan mulkdor tomonidan mulk huquqi berilmagan korxonani unitar korxonaga hisoblanadi. Unitar korxonani o'z mol-mulki egasining, mol-mulki egasi esa korxonaning majburiyatlari bo'yicha javob bermaydi. Lekin korxonani o'z majburiyatlari bo'yicha o'ziga qarashli butun mol-mulk bilan javob beradi. Unitar korxonani boshqarish organi uning rahbari bo'lib, u mulkdor yoki mulkdor vakil qilgan organ tomonidan tayinlanadi va ularga hisob berib turadi. Unitar korxonaga mol-mulk ikki maqsadda – xo'jalik yuritish uchun yoki operativ boshqarish uchun birlashtirilishi mumkin. Shunga muvofiq unitar korxonani ikki xil bo'ladi: xo'jalik yuritish huquqiga asoslangan va operativ boshqarish huquqiga asoslangan unitar korxonani. Xo'jalik yuritish huquqiga asoslangan unitar korxonani, mulkdor, yoki u vakil qilgan organning qarori bilan tuziladi, uning tashkiliy hujjati ustav hisoblanadi. U sho'ba korxonani tashkiliy etishi mumkin. Operativ boshqaruv huquqiga asoslangan unitar korxonani, asosan, davlat tomonidan tashkiliy etiladi va davlat korxonasi hisoblanadi. Uning ham tashkiliy hujjati ustavdir. Davlat korxonasi mol-mulki yetarli bo'lmaganida davlat uning majburiyatlari bo'yicha subsidiar javobgar bo'ladi.

Notijorat tashkilotlarining ayrimlari ham u yoki bu darajada jamoa tadbirkorligini amalga oshiradilar. Ularga matlubot kooperativi, jamoat birlashmalari, ijtimoiy fondlar (jamg'armalar), muassasalar kiradi (9.1-chizmaga qarang).

Matlubot kooperativi – bu ishtirokchilarning moddiy (mulkiy) ehtiyojlarini qondirish maqsadida fuqarolarning a'zolikka asoslangan ixtiyoriy birlashmasidir. U o'z a'zolarining mulkiy (pay) badallarini birlashtirish yo'li bilan tuziladi. Matlubot kooperativining a'zolari ko'rilgan zararni yillik balans tasdiqlanganidan keyin uch oy mobaynida qo'shimcha badallar to'lash yo'li bilan qoplashlari kerak. A'zolari uning majburiyatlari bo'yicha har bir a'zo to'laydigan qo'shimcha badalning to'lanmagan qismi doirasida subsidiar javobgar bo'ladi.

Matlubot kooperativi tijorat faoliyati bilan shug'ullanadi. Lekin undan olingan foyda a'zolari o'rtasida taqsimlanmay, uning faoliyatini rivojlantirish uchun ishlatiladi.

Jamoat birlashmalari – ma'naviy yoki o'zga nomoddiy ehtyojlarini qanoatlantirish uchun o'z manfaatlarining mushtarakligi asosida tuziladigan fuqarolarning ixtiyoriy birlashmalaridir. Ularning a'zolari o'zlari bergan mol-mulkka bo'lgan huquqlarini saqlab qolmaydilar. Jamoat birlashmalarining majburiyatlari bo'yicha uning a'zolari, a'zolarining majburiyatlari bo'yicha birlashmalar javob bermaydilar. Jamoat birlashmalari o'z ustavlarida nazarda tutilgan ishlab chiqarish yoki o'zga tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishlari mumkin. Ularga diniy tashkilotlar (birlashmalar), xayriya tashkilotlari, siyosiy partiyalar va boshqa jamoat harakatlari kiradi.



9. 1- chizma. Notijorat tashkilotlarining turlari.

Ijtimoiy fondlar (jamg'armalar) – bu fuqarolar va (yoki) yuridik shaxslar tomonidan ixtiyoriy mulkiy badallar qo'shish asosida ta'sis etilgan xayriya, ijtimoiy, madaniy, ma'rifiy yoki boshqa ijtimoiy – foydali maqsadlarni ko'zlaydigan, a'zolari bo'lmagan tashkilotlardir. Fondga uning ta'sisчилari (muassislari) tomonidan berilgan mol-mulk fondning mol-mulki bo'lib, undan o'z ustavida ko'rsatilgan maqsadlarda foydalanadi. U o'z ustavida nazarda tutilgan tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun xo'jalik jamiyatlari tuzishi yoki ularda ishtirok etishi mumkin.

Muassasa – bu boshqaruv, ijtimoiy-madaniy va boshqa notijorat vazifalarni amalga oshirish uchun mulkdor tomonidan tashkil etilgan va to'liq yoki qisman moliyaviy ta'minlab turiladigan tashkilotdir. Muassasa unga birlashtirib qo'yilgan va o'zi sotib olgan mol-mulkdan ustavida ko'rsatilgan vazifalarni bajarish uchun foydalanadi. Muassasa o'z majburiyatlari bo'yicha ixtiyoridagi pul mablag'lari bilan javob beradi. Bu mablag'lar yetarli bo'lmasa, tegishli mol-mulkning egasi uning majburiyatlari yuzasidan subsidiar javobgar bo'ladi. Ayrim davlat muassasalari va boshqa muassasalar huquqiy mavqeyining xususiyatlari qonun hujjatlari bilan belgilanadi.

Tadbirkorlik subyektlari o'zlarining faoliyatlarini muvofiqlashtirish, shuningdek, mushtarak mulkiy manfaatlarini ifoda etish hamda himoya qilish maqsadida o'z mustaqilligini saqlagan holda ixtiyoriy asosda turli birlashmalar tuzishlari yoki ularga kirishlari mumkin. Bunday birlashmalar notijorat tuzilmalari bo'lib, ularga uyushma, ittifoq, konsern, xolding va boshqalar kiradi. Uyushma – tadbirkorlik subyektlari faoliyatini muvofiqlashtirish, o'z a'zolarining manfaatlarini ifodalash va huquqlarini himoya qilish maqsadida o'zaro shartnoma asosida tuziladigan notijorat birlashmadir. Konsern – bu ishtirokchilardan asosiy faoliyatini kelishib olib borish talab etiladigan yagona ishlab chiqarish – xo'jalik majmuasi bo'lib, uning o'z a'zolari bilan munosabatlari bo'ysunish emas, balki shartnoma asosida olib boriladi. Xolding – bu ishtirokchilari, a'zolari faoliyatiga umumiy rahbarlik va boshqaruvchilik vazifasini amalga oshiruvchi birlashma hisoblanadi. Agar ishtirokchilarning qaroriga muvofiq uyushma (birlashma) ga tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish vazifasi yuklatilsa, bunday uyushma (birlashma) xo'jalik shirkati yoki jamiyatiga aylantirilishi kerak yoki tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun xo'jalik jamiyatlari tuzishi, yoki ularga ishtirok etishi mumkin.

9. 4. QO‘SHMA TADBIRKORLIK VA QO‘SHMA KORXONA

Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllaridan biri qo‘shma tadbirkorlik bo‘lib, qo‘shma korxonalar ko‘rinishida tashkil etiladi. Qo‘shma tadbirkorlik – bu umumiy strategik maqsadlarga erishish uchun bir necha tashkilotlar mulki va ishchanligini birlashtirishdir. Uni ro‘yobga chiqarish uchun ishtirokchilar o‘z kuch-g‘ayratlari va mulklarini birlashtirib, qo‘shma korxonalar tuzadilar, olinadigan daromad va ehtimol qilinadigan tavakkalni o‘zaro taqsimlab oladilar. O‘zbekistonda boshqa mamlakatlardagi firma, kompaniyalar investitsiyalari ishtirokida tuzilgan qo‘shma korxonalar rivojlanib bormoqda. Qo‘shma korxonalar va qo‘shma ishlab chiqarishlar tashkil etish xalqaro integratsiyada muhim ahamiyat kasb etib bormoqda. Ayniqsa, bozor iqtisodiyotiga o‘tish davrida bo‘lgan mamlakatlarning o‘z mahsulotlari bilan jahon bozoriga chiqishlari uchun kuch-g‘ayratni birlashtirish yangi imkoniyatlar yaratadi. O‘zbekiston ham xalqaro mehnat taqsimoti afzalliklaridan foydalanishga intilib, mamlakatda chet el tadbirkorlari uchun qulay investitsion muhit yaratgan. Qo‘shma tadbirkorlik iqtisodiyotni tuzilmaviy qayta qurish, texnika va texnologiyani yangilash jarayonini tezlashtirish, sanoatni, xususan, qayta ishlash sanoatini rivojlantirishga katta yordam beradi. Qo‘shma tadbirkorlik bozor iqtisodiyotiga o‘tayotgan mamlakatlar uchun hamkorlikning yangi shakli bo‘lib, ikki yoki bir necha mamlakatlarning mahsulot ishlab chiqarish va sotish, ilmiy-texnika, investitsiya va boshqa sohalarida bilimlari, kuch-g‘ayratlari, mablag‘larini birlashtirib, yangi pog‘onalarga ko‘tarishga olib keladi.

Qo‘shma tadbirkorlikni ro‘yobga chiqarish shakli qo‘shma korxonalar hisoblanadi. Qo‘shma korxonalar – bu bir necha davlat vakillari hisoblangan ishtirokchilarning mulklarini birlashtirish, xo‘jalik faoliyatini birgalikda boshqarish va olingan foydani taqsimlash kelishuvlariga asoslangan qo‘shma xo‘jalik tashkilotidir. Qo‘shma korxonalar tuzishdan maqsad mamlakatga ilg‘or texnika, texnologiya, mahsulot sotish va ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish progressiv usullari, xorijiy sarmoyani jalb qilishdir. Imtiyozli xorijiy kreditlarni olish, ichki bozorni to‘ldirish va eksportni kengaytirish, import o‘rnini bosadigan mahsulot ishlab chiqarishni oshirish va buning evaziga valuta zaxiralari ko‘paytirish hisoblanadi. Qo‘shma korxonalar turli mulkdorlarning

qo'shma mulk shakliga asoslangan bo'ladi. O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga muvofiq qo'shma korxonalar ta'rischilari O'zbekiston va boshqa davlat fuqarolari va yuridik shaxslari bo'lishi mumkin.

Qo'shma tadbirkorlik shaklidagi xalqaro hamkorlikning asosiy xususiyatlari quyidagilar:

- tomonlarning xomashyo xarid qilish va uni qayta ishlash, tayyor mahsulot ishlab chiqarish, texnologik xizmat ko'rsatish, ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalar, mahsulot ishlab chiqarish va sotishni moliyalash va boshqa sohalaridagi uzoq muddatli hamkorligiga mo'ljallanganligi;

- umumiy maqsadga erishish uchun hamkorlarning binolar, inshootlar, mashinalar, uskunalar, pul mablag'lari va boshqa shakldagi mulklarining birlashtirilishi;

- hamkorlar tomonidan kiritiladigan sarmoya asosida korxonalar ustav jamg'armasi va boshqaruv organlarini birgalikda moliyalash;

- korxonalar foydasini uning ta'rischilari o'rtasida, qoida tariqasida, ularning ustav jamg'armasiga qo'shgan hissasiga muvofiq taqsimlash;

- ehtimol qilingan zararni hamkorlar o'rtasida ularning xo'jalik faoliyatini amalga oshirishdagi ishtirokiga muvofiq taqsimlashda ifodalangan birgalikdagi tavakkal va birgalikdagi cheklangan mas'uliyat.

Demak, qo'shma tadbirkorlikning asosiy belgilari qo'shma mulk, birgalikdagi boshqaruv, foyda va tavakkalni taqsimlash hisoblanadi. Qo'shma tadbirkorlik tashqi bozorga chiqishga yondashuv sifatida bir qator afzalliklar yaratadi va yuqori talablarni qo'yadi:

- ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish va rivojlantrishga hamkorlarning yuqori manfaatdorligini shakllantirish;

- mahsulot ishlab chiqarish va sotishning iqtisodiy samaradorligi uchun hamkorlar mas'uliyatini oshirish;

- tovarlar ishlab chiqarish, ularni sotishga tayyorlash, sotish va undan so'nggi xizmatlarni ko'rsatishda kuch-g'ayratlarni birlashtirishga hamkorlarning intilishlari.

Qo'shma korxonada turli mulk shakllarini birlashtirish natijasida o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lgan mulkning yangi shakli-qo'shma (aralash) mulk va yangicha ishlab chiqarish munosabatlari shakllanadi. Bu jarayonda qo'shma korxonalar tashkil etgan "ona" korxonalaridagi mulkchilik shakli va xarakteri, qo'shma korxonalar joylashgan mamlakatdagi ijtimoiy – siyosiy tuzum va u yerda hukmron bo'lgan ishlab chiqarish munosabatlari asosiy rol o'ynaydi.

Qo'shma korxonalar mustaqil xo'jalik yurituvchi yuridik shaxs bo'lib, boshqaruv, direktorlik va taftish komissiyasi kabi boshqarish organlariga ega bo'ladi. U turli tashkiliy-huquqiy shaklda bo'lishi mumkin (mas'uliyati cheklangan jamiyat, qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat, aksiyadorlar jamiyati va boshqalar). Shunday qilib, qo'shma korxonalar turli-tuman bo'lib, quyidagicha tasniflanadi. (9. 2- chizma).



9. 2- chizma. Qo'shma korxonalarining tasnifi va turlari.

1. Qo'shma korxonalar ishtirokchilari qaysi davlatlar vakillari bo'lishiga qarab;

- A) O'zbekiston-Rossiya;
- B) O'zbekiston-O'rta Osiyo boshqa davlatlari;
- D) O'zbekiston-Mustaqil Davlatlar Hamkorligi (MDH) boshqa a'zolari;
- E) O'zbekiston-uzoq xorijiy davlatlar.

2. Qo'shma tadbirkorlik uchun birlashtirilgan mulk shakllariga qarab;

- A) faqat xususiy mulkka asoslangan;
- B) xususiy mulk va davlat mulkiga asoslangan;
- D) faqat davlat mulkiga asoslangan.

3. Hamkorlarning qo'shma korxonaga sarmoyasiga qo'shgan hissasi bo'yicha:

A) teng ishtirok etish – rivojlangan mamlakatlar ahamiyati jihatidan teng bo'lgan vakillari tomonidan faqat tadbirkorlikni amalga oshirish maqsadida tuziladigan qo'shma korxonaga. Unda hamkorlar tomonidan bir-birlarining teng huquqliligi e'tirof etiladi va korxonaning barcha masalalari shu asosda hal qilinadi;

B) xorijiy sarmoyaning hissasi ko'p bo'lgan qo'shma korxonaga – bunday korxonaga to'liq xorijiy hamkor nazoratida bo'ladi va ayrim mahalliy hokimiyatlar ularni chet el korxonasi deb hisoblab, bir qator imtiyozlardan mahrum qilishlari ham mumkin;

D) xorijiy sarmoyaning hissasi kam bo'lgan qo'shma korxonaga – bu korxona 50 foizdan qanchalik past bo'lsa, bunday qo'shma korxonalar shunchalik milliy korxonalariga yaqin bo'ladi; xorijiy ishtirokchilar korxonaga faoliyati ustidan nazoratni o'z qo'llariga olishni istaydilar, lekin bu yerda unday imkoniyat yo'q va shuning uchun qo'shma korxonalarining bu tipi qo'shma tadbirkorlik uchun uncha qulay emas deb hisoblaydilar; shunga qaramay, O'zbekistonda qo'shma korxonalarining bunday tipi ham rivojlanib bormoqda.

Shuni ta'kidlash lozimki, O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga muvofiq qo'shma korxonalar xorijiy sarmoya (investitsiya)ning hissasi bo'yicha quyidagi ikki guruhga ajratiladi:

1) qo'shma korxonaga – uning ustav sarmoyasida xorijiy hamkorning ulushi 30 foiz va undan yuqori miqdorni tashkil etadigan korxonalar;

2) xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonaga – uning ustav sarmoyasida xorijiy hamkorning ulushi 30 foizgacha miqdorda bo'lgan korxonalar.

Respublikada qo'shma tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish maqsadida yuqoridagi korxonalarining birinchi tipi uchun yaxshiroq shart-sharoit yaratish va ko'proq imtiyozlar ko'zda tutilgan.

4. Hamkorlarning maqsadlari va faoliyat turlari bo'yicha:

a) ilmiy tadqiqotlar olib borishga mo'ljallangan qo'shma korxonalar – yangi mahsulot, uskuna, texnologiya va boshqa ko'rinishdagi "nou-xau" yaratish uchun tajriba, ilmiy natijalar, loyiha ishlanmalari va boshqa fan-texnika yutuqlarini birlashtirish maqsadida tuziladigan korxonalar;

b) ishlab chiqaruvchi qo'shma korxonalar – xorijiy hamkorning bunday korxonada tuzishdan maqsadi mahsulot ishlab chiqarish va uni sotish jarayonlaridagi xarajatlarni qisqartirish bo'lib, bunga xorijiy va mahalliy hamkorlarning komplektlovchi detallari, xorijiy investorning ishlab chiqarishni tashkil etish tajribasi va mahalliy hamkorning xomashyosi, ishchi kuchini birlashtirish yoki kooperatsion aloqalarning boshqa shakllari asosida erishish mumkin;

d) xarid qiluvchi qo'shma korxonalar – xorijiy hamkor korxonasida tayyor mahsulot ishlab chiqarish uchun kerakli xomashyo, yarim tayyor mahsulotlarni arzonroq narxlarda mahalliy bozorlarda sotib olish maqsadida tuzilgan korxonalar;

e) sotish bilan shug'ullanuvchi qo'shma korxonalar – ishlab chiqariladigan mahsulotni qo'shma korxonada joylashgan mamlakatda ham, boshqa uchinchi mamlakatlarda ham sotish uchun yangi bozorlarni o'zlashtirish maqsadida tuziladigan korxonalar;

f) kompleks qo'shma korxonalar – har xil faoliyat turlari bilan shug'ullanuvchi korxonalar.

5. Qo'shma tadbirkorlik ishtirokchilari soni bo'yicha:

a) ikki tomon ishtirokida tuzilgan qo'shma korxonalar-hamkorlaridan biri chet mamlakat vakili bo'ladi;

b) uch tomon ishtirokida tuzilgan o'shma korxonalar: hamkorlaridan biri yoki ikkitasi chet mamlakatlar vakillari bo'lishi mumkin;

d) tomonlarning boshqa variantlardagi hamkorligida tuzilgan qo'shma korxonalar.

Shunday qilib, qo'shma tadbirkorlik va qo'shma korxonalar O'zbekiston va uning har bir mintaqasida rivojlanib bormoqda. Masalan, Buxoro viloyatida 2007-yil boshida 20 ta mamlakat investitsiyalari ishtirokida tashkil etilgan 72 ta qo'shma korxonalar ro'yxatga olingan. Ulardan 55 tasi faoliyat yuritib kelmoqda va 2200 kishini ish bilan ta'minlagan.

9. 5. KICHIK TADBIRKORLIK VA UNING XUSUSIYATLARI

Kichik tadbirkorlik – bu ishlovchilar soni cheklangan xo'jalik yurituvchi yuridik shaxslar va yakka tadbirkorlar tomonidan amalga oshiriladigan tadbirkorlikdir. Kichik tadbirkorlik subyektlari uchta: yakka

tadbirkorlar, mikrofirmalar, kichik korxonalar. Oldin ko'rib chiqilganidek, yakka tadbirkorlar (yakka tartibdagi tadbirkorlar) yuridik shaxs tashkil etmagan holda tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslardir. Ularga shaxsiy tadbirkorlik, oilaviy tadbirkorlik, kichik o'rtoqlik asosidagi tadbirkorlik subyektlari va dehqon xo'jaligi a'zolari kiradi.

Mikrofirmalar – o'rtacha yillik ishlovchilari soni ishlab chiqarish sohalarida 20 kishigacha, savdo, xizmatlar ko'rsatish va boshqa noishlab chiqarish sohalarida 5 kishigacha bo'lgan mo'jaz korxonalaridir.

Kichik korxonalar – o'rtacha yillik ishlovchilari soni sanoatda 100 kishigacha, qurilish, qishloq xo'jaligi va boshqa ishlab chiqarish sohalarida 50 kishigacha, chakana savdo va boshqa noishlab chiqarish sohalarida 25 kishigacha bo'lgan korxonalaridir.

Fermer xo'jaliklari va yuridik shaxs bo'lgan dehqon xo'jaliklari ham ishlovchilar soniga qarab mikrofirma yoki kichik korxonaga guruhiga kiradi.

Kichik tadbirkorlik subyektlarining soni jami xo'jalik yurituvchi subyektlarning asosiy qismini tashkil etadi. Masalan, mikrofirma va kichik korxonalar barcha yuridik shaxslarning 90 foizini tashkil etadi. Kichik tadbirkorlik subyektlari o'rta va yiriklariga qaraganda bir qator afzalliklarga va ayrim kamchiliklarga ham ega. Mutaxassislar kichik korxonalarining Amerika tajribasi asosida aniqlangan quyidagi afzalliklarini ko'rsatadilar.

1. Harakat erkinligi. Ko'pchilik kichik korxonalarda yuqoriga bo'ysinish yo'q, bu esa tashabbuskor, harakatchan tadbirkorga erkin va mustaqil harakat qilishga katta imkoniyatlar beradi.

2. Moslashuvchanlik va tezkor qaror qabul qilish imkoniyati. Kichik korxonalar tezkorlik bilan bozor talabining o'zgarishiga muvofiq ishlab chiqarishga o'ta oladilar. Yirik korxonalarda esa buning uchun ancha ko'proq vaqt ketadi.

3. Mahalliy shart-sharoitlarga tez ko'nikish. Kichik korxonalar mahalliy bozor iste'molchilari urf-odatlari, talab-istaklari, iste'mol xususiyatlarini tezgina fahmlab olib, ishni ularga muvofiq tashkil etishga qodir.

4. Kichik korxonalarda ayrim (operatsion) xarajatlarning kamligi. Bu korxonalarda boshqaruv, ish haqi va uskunalarga xarajatlar yirik korxonalariga nisbatan ozroq bo'ladi.

5. Tezroq moddiy yutuqqa erishish imkoniyati. Kichik tadbirkorlikda bir vaqtning o'zida ham ish haqi, ham faoliyatdan daromad yoki dividend olish mumkin.

6. Bir necha kasbni qo'shib olib borish imkoniyati. Ko'pincha tadbirkorning o'zi korxonadagi ko'pgina ishlarni birday bajarib borishi mumkin.

7. Ixtisoslashish afzalligi. Tor ixtisoslashgan korxonalar tor doiradagi aniq iste'molchilar ehtiyojini qondirishga ixtisoslashgan bo'lib, ularning xaridorlari (mijozlari) barqaror, raqiblari juda oz bo'ladi.

8. Kelgusidagi foydali tomonlari. Ish yaxshi yurishib ketsa, tadbirkor zarur bo'lib qolganda o'z ishini va korxonasini osongina katta foyda bilan sotib yuborishi mumkin.

9. Kichik biznesga xayrixohlik. Davlat kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlaydi, jamoatchilik o'rtasida unga qiziqish va xayrixohlik kuchayib boradi.

10. Tadbirkorlik ruhining saqlanishi. Kichik korxonalarda tadbirkorlik, ishbilarmonlik ruhi yaqqol namoyon bo'ladi va uzoq saqlanadi. Bu esa yaxshi natijalarga erishishga yordam beradi.

Shuni ta'kidlash lozimki, kichik korxonalarining yuqorida keltirilgan afzalliklari bilan bir qatorda ayrim kamchiliklari, zaif tomonlari ham bor. Ular quyidagilardan iborat.

1. Miqyos omilining salbiy holati. Ko'pchilik kichik korxonalar kichik seriyali ishlab chiqarshni amalga oshiradilar. Bunday holda esa mahsulot birligiga to'g'ri keladigan xarajatlar va mahsulot tannarxi ommaviy ishlab chiqarshga qaraganda yuqoriroq bo'ladi. Natijada mahsulotning raqobatbardoshligi susayib, sotilishi qiyinlashadi va u keltiradigan foyda ham kamayadi. Chet el tajribasidan ma'lum bo'lishicha, kichik korxonalarining sinishi 40 foiz hollarda ishlab chiqarish va sotish hajmining kichikligiga to'g'ri kelar ekan.

2. Moddiy va moliyaviy resurslar taqchilligi. Kichik korxonalar ozoq moddiy va moliyaviy resurslar bilan ish boshlaydilar. Bu resurslar bilan tadbirkorlar faoliyatni yetarli darajada rivojlantirish va uning samaradorligini ta'minlashga ojizlik qiladilar. Ularning imkoniyatlari o'z mahsulotlarini kerakli darajada reklama qilish, kerakli mutaxassislar va maslahatchilar jalb qilish, boshqaruv-tashkiliy texnikalari sotib olish uchun cheklangan bo'ladi. Bunday holat kichik korxonalarni o'rta va

yirik korxonalar bilan raqobatda zaif qilib qo'yadi. Chet el tajribasining ko'rsatishicha, kichik korxonalar 23 foiz hollarda raqobatga bardosh bera olmasligi tufayli sinib ketarkan.

3. Intellektual resurslar taqchilligi. Kichik korxonalarda turli mutaxassislar bajarishi kerak bo'lgan vazifalarni tadbirkorning o'zi bajaradi. Buning uchun va umuman tadbirkorlik faoliyatini yuksak darajada tashkil etish va olib borish uchun ko'pchilik tadbirkorlarga bilim, mahorat, tajriba etishmaydi.

Shunday qilib, kichik korxonalarining afzalliklari ularning raqobatbardoshligi va yashovchanligini ta'minlasa, zaif tomonlari sinishga olib kelishi mumkin.

O'zbekistonda 2000 – 2006- yillarda mikrofirmalarning 21 foizi, kichik korxonalarining 16 foizi, yirik va o'rta korxonalarining 8 foizi tugatilgan. Bu raqamlar ham kichik korxonalarining boshqalariga qaraganda ko'proq sinishi va tugatilishidan darak beradi.

QISQACHA XULOSALAR

O'zbekistonda yakka tadbirkorlar son jihatdan ko'pchilikni tashkil etadi. Bu tadbirkorlikning oddiy shakli bo'lib, xususiy mulk va shaxsiy mehnatga asoslanadi va yuridik shaxs maqomiga ega bo'lmaydi. Lekin davlat ro'yxatidan o'tishi shart. Yakka tadbirkorlik shaxsiy va birgalikdagi tadbirkorlik ko'rinishida, birgalikdagi tadbirkorlik esa, o'z navbatida, oilaviy tadbirkorlik va oddiy shirkat ko'rinishida tashkil etilishi mumkin. Ularning har biri o'ziga xos xususiyatlariga ega.

Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllaridan xususiy tadbirkorlik alohida o'rin egallaydi. U xususiy firma (korxonona), fermer xo'jaligi va yuridik shaxs bo'lgan dehqon xo'jaligi ko'rinishlarida tashkil etiladi va amalga oshiriladi. Yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan tadbirkorlik subyektlarining asosiy qismini xususiy korxonalar va fermer xo'jaliklari tashkil etadi va tadbirkorlik sektorida ularning roli kattadir. Bundan tashqari, jamiyatda mulkdorlar qatlamining shakllanishida ham ular asosiy rol o'ynaydilar.

Respublikada jamoa tadbirkorligi ham rivojlanib bormoqda. U turli darajalarda turli ko'rinishlarga ega: ishlab chiqarish kooperativi, xo'jalik shirkatlari (to'liq shirkat, kommandit shirkati), xo'jalik jami-

yatlari (mas'uliyati cheklangan jamiyat, qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat, ochiq va yopiq turdagi aksiyadorlik jamiyati). Bulardan xo'jalik jamiyatlari keng tarqalgan bo'lib, tez rivojlanib bormoqda.

Iqtisodiyotni modernizatsiya qilishda qo'shma tadbirkorlik va qo'shma korxonalar muhim rol o'ynaydi. Bunday tadbirkorlik tufayli respublikaga tashqaridan investitsiyalar, ilg'or texnika va texnologiyalar olib kiriladi, shu paytgacha ishlatilmagan resurslar jalb qilinadi va natijada iqtisodiyotni qayta tashkil etish tezlashadi.

O'zbekistonda kichik tadbirkorlik ham tez sur'atlar bilan rivojlanmoqda. Kichik tadbirkorlik ishlovchilar soni cheklangan xo'jalik yurituvchi yuridik shaxslar va yakka tadbirkorlar majmuyidir. Kichik tadbirkorlik subyektlariga uchta toifa kiradi: yakka tadbirkorlar, mikrofirmalar va kichik korxonalar. Kichik tadbirkorlik bir qator afzalliklarga ega bo'lgani uchun ham yashovchan bo'lib hisoblanadi. Bundan tashqari, tadbirkorlik subyektlarining asosiy qismi kichik tadbirkorlikka tegishli. Uni qo'llab-quvvatlashga davlat ham alohida e'tibor bermoqda va natijada uning salohiyati ko'tarilib bormoqda.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllari tasnifi.
2. Yakka tartibdagi tadbirkorlik va uning xususiyatlari.
3. Yakka tartibdagi tadbirkorlik turlari.
4. Xususiy tadbirkorlik va uning belgilari.
5. Xususiy tadbirkorlik ko'rinishlari.
6. Jamoa tadbirkorligi va uning ko'rinishlari.
7. Ishlab chiqarish kooperativi va uning xususiyatlari.
8. Xo'jalik shirkati va uning ko'rinishlari.
9. Xo'jalik jamiyati va uning turlari.
10. Aksiyadorlik jamiyati va uning turlari.
11. Tadbirkorlik subyektlarining birlashmalari.
12. Qo'shma tadbirkorlik va uning xususiyatlari.
13. Qo'shma korxonalar va uning rivojlanishi.
14. Kichik tadbirkorlik, uning xususiyatlari va subyektlari

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Oddiy shirkat – bu...

A) bir necha kishi tomonidan tuzilgan yuridik shaxs; B) bir necha kishi tomonidan tuzilgan yuridik shaxs bo‘lmagan birlashma; D) bir necha kishi tomonidan tuzilgan korxonaga; E) bir necha kishi tomonidan tuzilgan mikrofirmaga; F) barcha javoblar to‘g‘ri.

2. Oddiy shirkatga kiradi:

A) to‘liq shirkat; B) kommandit shirkati; D) qishloq xo‘jalik shirkati; E) barcha javoblar to‘g‘ri; F) to‘g‘ri javob yo‘q.

3. Bir necha kishi tomonidan tuzilgan, lekin yuridik shaxs bo‘lmagan birlashma – bu...

A) qo‘shma korxonaga; B) unitar korxonaga; D) xususiy korxonaga; E) kommandit shirkati; E) oddiy shirkat.

4. Yakka jismoniy shaxs-mulkdor tomonidan tuzilgan va boshqariladigan korxonaga – bu...

A) qo‘shma korxonaga; B) unitar korxonaga; D) xususiy korxonaga; E) kommandit shirkati; F) oddiy shirkat.

5. Mulkdor tomonidan mol-mulk biriktirib qo‘yilgan, lekin mulkka egalik huquqi berilmagan korxonaga – bu...

A) qo‘shma korxonaga; B) unitar korxonaga; D) xususiy korxonaga; E) xo‘jalik shirkati; E) xo‘jalik jamiyati.

6. Bir necha davlat vakillari mulkini birlashtirish, birgalikda boshqarish va foydani taqsimlash kelishuvlariga asoslangan korxonaga – bu...

A) qo‘shma korxonaga; B) unitar korxonaga; D) qo‘shimcha mas‘uliyatli jamiyat; E) mas‘uliyati cheklangan jamiyat; F) aksiyadorlik jamiyati.

7. Xususiy tadbirkorlikning tashkiliy shakllari:

A) yuridik shaxs bo‘lgan dehqon xo‘jaligi; B) fermer xo‘jaligi; D) xususiy korxonaga; E) xususiy kichik korxonaga; F) barcha javoblar to‘g‘ri.

8. Ishlab chiqarish kooperativi – bu...

A) tadbirkorlik faoliyatini yuritish uchun shaxslarning a'zolik asosida ixtiyoriy birlashmasi; B) tadbirkorlik faoliyatini yuritish uchun yuridik shaxslar birlashmasi; D) mikrofirmalar birlashmasi; E) turli korxonalar birlashmasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

9. Xo'jalik shirkati – bu...

A) fuqarolarning har qanday birlashmasi; B) yuridik shaxslar birlashmasi; D) umumiy nom ostida tadbirkorlik olib borish uchun bir necha shaxslarning shartnoma asosida birlashuvi; E) jismoniy shaxslarning daromad topish uchun birlashuvi; F) barcha javoblar to'g'ri.

10. Mas'uliyati cheklangan jamiyatda nima cheklanadi?

A) ustav sarmoyasi cheklab qo'yilgan; B) oladigan foydasi cheklab qo'yilgan; D) jamiyat majburiyatlari bo'yicha ishtirokchilar javobgarligi o'zlari qo'shgan badal miqdori bilan cheklangan; E) jamiyat mulki cheklab qo'yilgan; F) barcha javobgar to'g'ri.

11. Qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatda:

A) ishtirokchilar oladigan foydaga qo'shimcha to'lanadi; B) jamiyat majburiyatlari bo'yicha ishtirokchilar javobgarligi o'zlari qo'shgan badaldan katta bo'ladi; D) ishtirokchilar badallari cheksiz bo'ladi; E) ishtirokchilar hissalarini katta bo'ladi; F) to'g'ri javob yo'q.

12. Aksiyadorlik jamiyatida...

A) ustav sarmoyasi o'z majburiyatini tasdiqlovchi aksiyalarga bo'lingan; B) ustav sarmoyasi ta'sischilar o'rtasida bo'lingan; D) ustav sarmoyasi badallarga bo'lingan; E) ustav sarmoyasi aksiyadorlar o'rtasida bo'lingan; F) barcha javoblar to'g'ri.

13. Qo'shma tadbirkorlikda...

A) bir necha tashkilotlar birlashtiriladi; B) bir necha mulkdorlar birlashtiriladi; D) bir necha tashkilot mulklari va ishchanligi birlashtiriladi; E) bir necha shaxslar shartnoma asosida birlashadilar; F) to'g'ri javob yo'q.

14. Yakka tadbirkorlikka kiradi:

A) oilaviy tadbirkorlik; B) shaxsiy tadbirkorlik; D) guruh tadbirkorligi; E) oddiy shirkat; F) barcha javoblar to'g'ri.

15. Xususiy tadbirkorlikka taalluqli belgini toping:

A) yuridik shaxs maqomiga ega bo'ladi; B) xususiy mulkka asoslanadi; D) korxonaga shaklida rasmiylashtiriladi; E) ishchilar yollashi mumkin; F) barcha javoblar to'g'ri.

16. Jamoa tadbirkorligiga kiradi:

A) ishlab chiqarish kooperativi; B) to'liq shirkat; D) aksiyadorlik jamiyati; E) mas'uliyati cheklangan jamiyat; F) barcha javoblar to'g'ri.

17. Jamoa tadbirkorligiga kirmaydi:

A) kommandit shirkati; B) to'liq shirkat; D) oddiy shirkat; E) xo'jalik shirkati; F) to'g'ri javob yo'q.

18. Kichik tadbirkorlik subyektlariga kiradi:

A) kichik korxonalar; B) mikrofirmalar; D) yakka tadbirkorlar; E) shaxsiy tadbirkorlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

19. Xo'jalik shirkatlariga kiradi:

A) to'liq shirkat; B) kommandit shirkati; D) uy-joy kommunal shirkatlari; E) qishloq xo'jalik shirkatlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

20. Xo'jalik jamiyatlariga kirmaydi.

A) aksiyadorlik jamiyati; B) mas'uliyati cheklangan jamiyat; D) qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat; E) qizil yarim oy jamiyati; F) to'g'ri javob yo'q.

21. Xususiy korxonaga bo'lishi mumkin:

A) mikrofirma; B) kichik korxonaga; D) o'rta korxonaga; E) yirik korxonaga; F) barcha javoblar to'g'ri.

22. Tijorat tashkilotlari – bu:

A) foyda olish maqsadida tuzilgan tashkilotlar; B) foyda olish emas, boshqa aniq maqsadlarda tuzilgan tashkilotlar; D) savdo – sotiq bilan shug'ullanadigan tashkilotlar; E) xizmatlar ko'rsatuvchi tashkilotlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

23. Notijorat tashkilotlari – bu...

A) foydaga olish maqsadida tuzilgan tashkilotlar; B) foyda olish emas, boshqa aniq maqsadlarda tuzilgan tashkilotlar; D) savdo – sotiqdan tashqari boshqa

faoliyatlar bilan shug'ullanadigan tashkilotlar; E) ishlab chiqarishdan tashqari boshqa faoliyatlar bilan shug'ullanadigan tashkilotlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

24. Notijorat tashkilotlariga kiradi:

A) xayriya tashkiloti; B) xayriya jamg'armasi; D) diniy tashkilot; E) ekologiya jamg'armasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Aksiyadorlik jamiyati-ustav sarmoyasi muayyan aksiyalar soniga bo'lingan xo'jalik jamiyati.

Dehqon xo'jaligi (yuridik shaxs bo'lgan) – xo'jalik boshlig'iga meros qilib qoldirilgan umrbod egalik qilishga berilgan tomorqa hamda uzoq muddatga ijaraga berilgan yer uchastkalarida oila a'zolari va yo'llangan xodimlar mehnati bilan qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi va sotuvchi tovar xo'jaligi.

Dehqon xo'jaligi (yuridik shaxs bo'lmagan) – oila boshlig'iga meros qilib qoldirilgan umrbod egalik qilishga berilgan tomorqa yer uchastkasida oila a'zolari mehnati bilan qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi va sotuvchi oilaviy mayda tovar xo'jaligi.

Former xo'jaligi – uzoq muddatga ijaraga berilgan yer uchastkasida xo'jalik a'zolari mehnati bilan qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi va sotuvchi yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan mustaqil xo'jalik.

Guruh tadbirkorligi – ikki va undan ortiq jismoniy shaxs tomonidan o'z mol-mulkini birlashtirish asosida yuridik shaxs tuzmagan holda amalga oshiriladigan tadbirkorlik ko'rinishi.

Ijtimoiy jamg'arma (fond) – fuqarolar va (yoki) yuridik shaxslar tomonidan mulkiy badallar qo'shish asosida ijtimoiy foydali vazifalarni amalga oshirish uchun ta'sis etiladigan o'z a'zolariga ega bo'lmagan tashkilot.

Ishlab chiqarish kooperativi – fuqarolarning o'z mulkiy pay badallarini birlashtirib, shaxsiy ishtiroklari bilan ishlab chiqarish yoki boshqa xo'jalik faoliyatini amalga oshirish uchun a'zolik asosida tuziladigan ixtiyoriy birlashma.

Jamoa tadbirkorligi – jamoa a'zolarining mehnati hamda ular va boshqa ishtirokchilar mol-mulkiga asoslangan yuridik shaxs tomonidan amalga oshiriladigan tadbirkorlik shakli.

Jamoat birlashmasi – fuqarolarining ma'naviy yoki o'zga nomoddiy ehtiyojlarini qondirish maqsadida o'z manfaatlarining mushtarakligi asosida tuziladigan ixtiyoriy birlashma.

Kommandit shirkati – to'liq sheriklar bilan bir qatorda shirkat faoliyatida ishtirok etmaydigan va shirkat majburiyatlari bo'yicha faqat o'zi qo'shgan hissa doirasida mol-mulki bilan javob beradigan ishtirokchilari ham bo'lgan shirkat.

Konsern – ishtirokchilari tuzilgan shartnomaga muvofiq o'z asosiy faoliyatlarini kelishib olib borishlari talab qilinadigan ishlab chiqarish – xo'jalik majmuasi.

Mas'uliyati cheklangan jamiyat – bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta'sis etiladigan, ustav sarmoyasi ta'sis hujjatlarida belgilangan miqdordagi ulushlarga bo'lingan va jamiyat majburiyatlari bo'yicha javobgarlik o'zlari qo'shgan hissa miqdori bilan cheklangan xo'jalik jamiyati.

Muassasa – boshqaruv, ijtimoiy, madaniy va boshqa notijorat vazifalarni amalga oshirish uchun mulkdor tomonidan tashkil etiladigan va to'liq yoki qisman moliyaviy ta'minlab turiladigan tashkilot.

Oddiy shirkat – ikki yoki undan ortiq shaxs foyda olish yoki qonunlarga zid bo'lmagan boshqa maqsadlarga erishish uchun o'z hissalarini qo'shish va birgalikda ishlash uchun tuziladigan yuridik shaxs bo'lmagan birlashma.

Oilaviy tadbirkorlik – er-xotinning birgalikdagi mulk huquqi asosida tegishli bo'lgan mol-mulk negizida tashkil etib, amalga oshiradigan tadbirkorlik ko'rinishi.

Ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyati – aksiyalari ochiq savdo orqali tarqatiladigan va ishtirokchilari o'zlariga tegishli aksiyalarni boshqa aksiyadorlarning roziligisiz o'zga shaxslarga berishlari yoki sotishlari mumkin bo'lgan jamiyat.

Qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat – bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta'sis etiladigan, ustav sarmoyasi ta'sis hujjatlarida belgilangan miqdordagi ulushlarga bo'lingan va jamiyat majburiyatlari bo'yicha javobgarlik o'zlari qo'shgan hissaga nisbatan karrali miqdorda oshiriladigan xo'jalik jamiyati.

Qo'shma korxonalar – bir necha davlatlar vakillari hisoblangan ishtirokchilarning mulklarini birlashtirish, xo'jalik faoliyatini birgalikda yuritish va boshqarish hamda olingan foydani taqsimlash kelishuvlariga asoslangan xo'jalik tashkiloti.

Qo'shma tadbirkorlik – umumiy strategik maqsadlarga erishish uchun bir necha jismoniy va (yoki) yuridik shaxs mulki va ishchanligini birlashtirish asosida tashkil etiladigan va amalga oshiriladigan tadbirkorlik shakli.

Tadbirkorlar uyushmasi – tadbirkorlik faoliyatini muvofiqlashtirish, o‘z a‘zolarining manfaatlarini ifodalash va huquqlarini himoya qilish maqsadida shartnoma asosida tuziladigan ixtiyoriy notijorat birlashma.

To‘liq shirkat – ishtirokchilari o‘rtasida tuzilgan shartnomaga muvofiq shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanadigan hamda uning majburiyatlari bo‘yicha o‘zlariga tegishli barcha mol-mulk bilan javob beradigan shirkat bo‘lib, uning a‘zolari to‘liq sheriklar hisoblanadi.

Unitar korxonalar – o‘ziga biriktirib qo‘yilgan mol-mulkka nisbatan mulkdor tomonidan mulkka egalik huquqi berilmagan korxonalar (asosan davlat korxonalari).

Xolding – a‘zolari (ishtirokchilari) faoliyatiga umumiy rahbarlik va boshqaruvchilik vazifasini amalga oshiruvchi birlashma.

Xususiy korxonalar – mulkdor-yagona jismoniy shaxs tomonidan tuziladigan va boshqariladigan tijorat korxonasi.

Xususiy tadbirkorlik – xususiy mulkka asoslangan, xodimlar yollash huquqiga ega bo‘lgan yuridik shaxs ko‘rinishida tashkil etiladigan tadbirkorlik shakli.

Xo‘jalik jamiyati – tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun bir yoki bir necha shaxsning mulkini birlashtirish yo‘li bilan tuziladigan tashkilot.

Xo‘jalik shirkati-umumiy nom ostida birgalikda tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun bir necha shaxslarning shartnoma asosida birlashuvidir.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik (yakka tadbirkorlik) – yuridik shaxsni tashkil etmagan holda o‘z xususiy mulki va shaxsiy mehnati asosida amalga oshiriladigan tadbirkorlik shakli.

Yopiq turdagi aksiyadorlik jamiyati – aksiyalari faqat o‘zining ta‘sischilari o‘rtasida yoki oldindan belgilab qo‘yilgan boshqa shaxslar doirasiga tarqatiladigan va ochiq savdoga chiqarilmaydigan jamiyat.

X BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI RASMIYLASHTIRISH ASOSLARI

10. 1. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINI RO'YXATDAN O'TKAZISH ASOSLARI, ORGANLARI, HUJJATLARI

Tadbirkorlik faoliyati amal qilayotgan qonunlar va boshqa me'yoriy hujjatlar talablariga muvofiq rasmiylashtirilishi lozim. Tadbirkorlik faoliyatini rasmiylashtirish uni tashkil etish va ro'yxatdan o'tkazish uchun kerak bo'ladigan hujjatlarni tayyorlash va tegishli organga taqdim etish, mazkur organ tomonidan ro'yxatga olish va hujjatlarni rasmiylashtirish jarayonidan iborat.

Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish va ular faoliyatini rasmiylashtirish O'zbekiston Respublikasining "Tadbirkorlik faoliyati erkinligi-ning kafolatlari to'g'risida"gi qonun, Fuqarolik kodeksi, Vazirlar Mahkamasining 2003- yil 20- avgustdagi "Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish uchun ro'yxatdan o'tkazish tartibotlari tizimini tubdan takomillashtirish to'g'risida"gi Qarori va shu qaror bilan tasdiqlangan "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi to'g'risida Nizom", Vazirlar Mahkamasining 2004- yil 12- avgustdagi "Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi jismoniy shaxslarni ro'yxatdan o'tkazishni taritbga solish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori va 2004- yil 2- sentabrda tasdiqlangan "Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi yuridik shaxs bo'lmagan yakka tartibdagi tadbirkorlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va import operatsiyalari subyektlarining hisobga olish kartalarini berish tartibi to'g'rsida Nizom", O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006- yil 24- maydagi "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olish va hisobga qo'yishning xabardor qilish tartibini joriy etish to'g'risida"gi qarori va shu qaror bilan tasdiqlangan "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olish va hisobga qo'yishning xabardor qilish tartibi to'g'risida Nizom" va boshqa hujjatlar asosida amalga oshiriladi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va Vazirlar Mahkamasining yuqorida ko'rsatilgan qarorlarida tadbirkorlarga qulay

shart-sharoitlar yaratish, tadbirkorlikni, ayniqsa, xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish yo'lidagi byurokratik to'siqlarni olib tashlash asosiy vazifa qilib qo'yilgan. Ularda tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazishda rozilik beruvchi tashkilotlar sonini keskin qisqartirish va barcha kelishib olish ishlarini "bir qanchada" amalga oshirish nazarda tutilgan.

Yuqorida tilga olingan nizomlarning har biri turli tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish va hisobga qo'yish tartibini belgilaydi.

1. "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi to'g'risida Nizom" quyidagi tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish va hisobga qo'yish tartibini belgilaydi:

- a) yer uchastkasi ajratiladigan tadbirkorlik subyektlari;
- b) kommunikatsiya tarmoqlariga ulanadigan tadbirkorlik subyektlari;
- d) litsenziya olish talab qilinadigan faoliyat turlarini amalga oshiradigan tadbirkorlik subyektlari.

2. "Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi yuridik shaxs bo'lmagan yakka tartibdagi tadbirkorlarni, davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va import operatsiyalari subyektlarining hisobga olish kartalarini berish tartibi to'g'risida Nizom" tovarlarni import qilish va ularni sotish bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslarni ro'yxatdan o'tkazish va hisobga qo'yish tartibini belgilaydi.

3. "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olish va hisobga qo'yishning xabardor qilish tartibi to'g'risida Nizom" quyidagi tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish va hisobga qo'yish tartibini belgilaydi:

- a) yuqoridagi 1- va 2- bandlarda kiritilmagan tadbirkorlik subyektlari;
- b) banklar, kredit uyushmalari (ittifoqlari), ommaviy axborot vositalari.

Mazkur me'yoriy-huquqiy hujjatlarga muvofiq tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish quyidagi uch darajada tegishli organlar tomonidan amalga oshiriladi.

1. Respublika darajasida. Bu darajada tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazuvchi organ O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi hisoblanadi. U ro'yxatdan o'tkazadi:

a) O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va hukumatining tegishli qarorlari bilan tuzilayotgan aksiyadorlik kompaniyalari shaklidagi xo'jalik boshqaruvi organlari, shu jumladan davlat-aksiyadorlik kompaniyalari va xoldinglari;

b) Toshkent shahrida tashkil etilayotgan xorijiy investitsiyali korxonalar;

d) Toshkent shahrida tashkil etilayotgan bozorlar;

e) qonunchilikda nazarda tutilgan hollarda boshqa tashkilotlar.

2. Mintaqalar darajasida. Bu darajada Qoraqalpog'iston Respublikasi Adliya vazirligi va viloyatlar Adliya boshqarmalari quyidagi tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazadilar:

a) tegishli mintaqalarda tuzilayotgan xorijiy investitsiyali korxonalar;

b) tegishli mintaqalarda tashkil etilayotgan bozorlar;

d) qonunchilikda nazarda tutilgan hollarda boshqa tashkilotlar.

3. Tumanlar va shaharlar darajasida:

a) tuman va shahar davlat soliq inspeksiyasi tovarlarni import qiluvchi va ularni sotuvchi jismoniy shaxslar – yakka tartibdagi tadbirkorlarni ro'yxatdan o'tkazadi;

b) tuman va shahar tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazuvchi inspeksiya yuqoridagi bandlarda ko'rsatilgan korxonalar-dan tashqari tegishli hududda joylashgan barcha tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazadi.

Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazuvchi organlarning vazifalari umumiydir. Tadbirkorlik subyektlarining asosiy qismi tuman va shaharda ro'yxatdan o'tkaziladi. Shuning uchun tuman (shahar) darajasida ro'yxatdan o'tkazish organi va uning vazifalariga batafsil to'xtab o'tamiz. Mazkur organ tuman (shahar) hokimligi huzuridagi "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish inspeksiyasi" deb ataladi. Uning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

– tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishni mo'ljallayotgan shaxslarning ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi arizasi va boshqa hujjatlarini qabul qilish va qayd etish;

– tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish maqsadida muhandislik – kommunikatsiya (gaz, elektr, issiqlik, suv, kanalizatsiya, telefon) tarmoqlariga ulanish, turar joyni noturar joy toifasiga o'tkazish, obyektlarni qurish va rekonstruksiya qilish uchun ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtiruvchi tashkilotlarni aniqlash;

– mazkur tashkilotlardan tegishli ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirib olish;

– ariza beruvchining o‘z hujjatlari va ruxsat beruvchi hujjatlarni birgalikda jamlab, ekspertizadan o‘tkazish;

– tadbirkorlik subyektini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish;

– ariza beruvchi tadbirkorlik subyektini sifatida davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganligi to‘g‘risida guvohnoma berish;

– ro‘yxatdan o‘tkazilgan tadbirkorlik subyektini soliq va statistika organlarida hisobga qo‘yish uchun ularga xabar berish va kerakli ma‘lumotlarni taqdim etish;

– tadbirkorlik subyektlarining davlat reyestrini yuritish.

Tadbirkorlik subyektlarini ro‘yxatdan o‘tkazish uchun bir qator hujjatlar talab qilinadi. Ularni ta‘sischilar xohishlariga ko‘ra ikki yo‘l bilan tayyorlash mumkin:

1) ta‘sischilar kuchlari bilan tayyorlash;

2) savdo-sanoat palatalari va ro‘yxatdan o‘tkazish inspeksiyalari huzurida tashkil etilgan axborot-maslahat markazlari, konsalting firmalari va boshqalar tomonidan shartnoma asosida tayyorlash.

Tadbirkorlik subyektini yuridik shaxs sifatida ro‘yxatdan o‘tkazish uchun quyidagi hujjatlar talab qilinadi:

– ro‘yxatdan o‘tkazish to‘g‘risida belgilangan shaklda ariza (ariza-xabarnoma);

– notarial tasdiqlangan ta‘sis hujjatlarning asl ikki nusxasi;

– firma nomining o‘xshashi yoki almashtirib yuboradigan darajada o‘xshashi yo‘qligi to‘g‘risida ma‘lumotnoma;

– ruxsat beruvchi hujjatlar (qaysi korxonalar uchun kerak bo‘lsa);

– tadbirkorlik subyektining manzilini tasdiqlovchi hujjat (dehqon va fermer xo‘jaliklari, davlat korxonalari negizida tashkil etiladigan aksiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno);

– ro‘yxatdan o‘tkazish uchun belgilangan davlat boji yoki yig‘im to‘langanligi to‘g‘risida bank to‘lov hujjati (dehqon xo‘jaliklari va davlat korxonasi negizida tashkil etiladigan aksiyadorlik jamiyatlaridan tashqari);

– muhr va tamg‘a eskizlari – uch nusxada.

Yuridik shaxs maqomiga ega bo‘lgan tadbirkorlik subyektlari uchun muhim hujjatlardan biri ta‘sis hujjatlari hisoblanadi. Ularga ustav va ta‘sis shartnomasi kiradi. Lekin ular turli shakldagi sub-

yektlar uchun turlicha talab qilinadi: to'liq va kommandit shirkatlari uchun faqat ta'sis shartnomasi, mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlarda ustav va ta'sis shartnomasi, aksiyadorlik jamiyatlari, xususiy korxonalar, fermer va yuridik shaxs bo'lgan dehqon xo'jaliklari uchun ustav.

Ustav – bu korxonaning tashkil etilishi rasmiylashtiriladigan, uning huquqiy maqomi va tashkili – huquqiy shakli belgilanadigan yuridik hujjatdir. Ustavning asosiy maqsadi mazkur korxon bilan munosabatga kirishadigan organlar, tashkilotlar, shaxslarni va boshqa qiziquvchilarni korxonaning faoliyat sohalari va turlari, huquqiy holati va imkoniyatlari to'g'risida xabardor qilishdan iborat. Ustavda quyidagi ma'lumotlar aks ettiriladi:

- korxonaning to'liq va qisqartirilgan nomi;
- faoliyatining maqsadi va vazifalari, ularni amalga oshirish yo'llari;
- faoliyat sohasi, yo'nalishlari va turlari;
- korxonaning manzili, telefon va telefaks raqamlari;
- korxonaning ustav jamg'armasi va mol-mulki;
- korxonaning qonunlarga binoan haq-huquqlari;
- korxonaning boshqaruvi, rahbariyati, rahbari, ularning huquqlari va vazifalari;
- korxonani qayta tashkil etish va tugatish tartibi.

Agarda korxonaga ikki va undan ortiq shaxslar tomonidan tashkil etiladigan bo'lsa, uni tashkil etuvchi ta'sischi o'rtasida ta'sis shartnomasi tuziladi. Ta'sis shartnomasida quyidagilar ko'rsatiladi:

- korxonani tuzish bo'yicha tomonlarning roziligi;
- korxonaning maqsadi;
- yuridik shaxs haq-huquqlarini egallash shartlari;
- ustav jamg'armasi va egalik huquqi;
- tomonlarning ustav jamg'armasida ulushlari;
- tomonlarning manfaatlari va nizolarni hal qilish tartibi;
- korxonani boshqarish tartibi.

Yuridik shaxsni-(korxonani) ro'yxatdan o'tkazish uchun uning firma nomi aniq va tasdiqlangan bo'lishi zarur. Bu masala tuman (shahar) statistika organida hal qilinadi. Buning uchun ta'sischi (tadbirkor) o'z korxonasiga firma nomini biriktirish maqsadida tuman (shahar) statistika organiga ariza bilan murojaat qiladi. Arizaga o'z korxonasi uchun tanlangan firma nomi va uning 5 tagacha muqobil variantlarini

ko'rsatishi lozim. Tuman (shahar) statistika organi arizani olib, firma nomi to'g'risidagi ma'lumotlar aks ettirilgan talabnomani viloyat statistika organiga, u esa respublika statistika organiga yuboradi. U yerga firma nomlari yagona axborot bazasini ko'rib chiqib, shunday nom yoki unga almashtirib yuborish darajasida o'xshash nom bo'lmasa, u axborot bazasiga kiritiladi va uni tegishli korxonaga biriktirish mumkinligi to'g'risida viloyat statistika organiga, u esa tuman (shahar) statistika organiga yuboradi. Shundan so'ng tuman (shahar) statistika organi firma nomining o'xshashi yoki almashtirib yuboriladigan darajada o'xshashi yo'qligi to'g'risida ma'lumotnoma beradi. Bu ishlar 2 ish kunida amalga oshirilishi kerak va buning uchun haq olinmaydi. Agarda respublika firma nomlari yagona axborot bazasida o'xshash nom bo'lsa, ariza beruvchiga rad javobi beriladi va u boshqa nom tanlab, qaytadan ariza bilan murojaat qilishi kerak bo'ladi va oldingi operatsiyalar yana takrorlanadi.

Ruxsat beruvchi hujjatlarga quyidagilar kiradi:

– muhandislik – kommunikatsiya (gaz, elektr, issiqlik, suv, kanalizatsiya, telefon) tarmoqlariga ulanish uchun tegishli tashkilotlar tomonidan beriladigan texnik shartlar;

– arxitektura – rejalashtirish topshirig'i;

– obyektlarni qayta ixtisoslashtirish yoki rekonstruksiya qilish uchun ruxsatnoma;

– ko'chmas mulkning ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risida guvohnoma;

– tuman (shahar) hokimining turar joyni noturar joy toifasiga o'tkazish to'g'risidagi qarori;

– yer uchastkasiga egalik huquqi berilganligi va ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risida guvohnoma.

Shuni ta'kidlash joizki, tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish uchun yuqorida sanab o'tilgan asosiy hujjatlardan tashqari bir qator qo'shimcha hujjatlar ham talab qilinadi. Ular quyidagilardir:

1. Bozorlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun uni tashkil etishga shahar (tuman) hokimining roziligi yoki qarori kerak.

2. Xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalarni ro'yxatdan o'tkazish uchun:

a) xorijiy ta'sischi (muassis) ro'yxatdan o'tgan joydagi savdo reyestridan uning to'g'risidagi ma'lumotlardan ko'chirma;

b) belgilangan tartibda legalizatsiya qilingan bankning tavsiya xati;
d) korxonaning ustav jamg'armasi 20 mln. AQSh dollari va undan ortiq bo'lsa, bunday korxonani tashkil etish to'g'risida Vazirlar Markamasi qarorining nusxasi;

e) har bir muassis tomonidan korxonaga ustav jamg'armasidagi ulushining 30 foizi to'langanligini tasdiqlovchi hujjat taqdim etilishi lozim.

3. Mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar, xo'jalik shirkatlarini ro'yxatdan o'tkazish uchun har bir ta'sischi (muassis) tomonidan ustav jamg'armasidagi ulushining 30 foizi to'langanligini tasdiqlovchi hujjat (ulushi mulkiy shaklga ega bo'lsa mazkur hujjat kerak emas).

4. Dehqon xo'jaligini yuridik shaxs sifatida ro'yxatdan o'tkazish uchun shirkat xo'jaligi yoki boshqa tegishli organning dehqon xo'jaligini tashkil etish to'g'risidagi qarori va tuman hokimining unga yer uchastkasi berish to'g'risidagi qarori.

5. Fermer xo'jaligini ro'yxatdan o'tkazish uchun:

a) tuman hokimining yer uchastkasi berish to'g'risidagi qarori;

b) tanlov komissiyasining yer uchastkasi berish to'g'risidagi bayonnomasi;

d) biznes reja.

6. Qo'shib yuborish, bo'lish, ajratib chiqarish, o'zgartirish yo'li bilan qayta tashkil etiladigan korxonalarni ro'yxatdan o'tkazish uchun:

a) qayta tashkil etish to'g'risida barcha kreditorlar xabardor qilinganligi va ommaviy axborot vositalarida e'lon bo'sib chiqarilganligini tasdiqlovchi hujjat;

b) qayta tashkil etilayotgan korxonaning barcha majburiyatlari, huquqiy voris to'g'risidagi qoidalar ko'rsatilgan topshirish yoki bo'lish dalolatnomasi;

d) ro'yxatdan o'tganlik to'g'risida oldin berilgan guvohnomaning asl nusxasi;

e) oldingi muhri va tamg'asi.

Yakka tadbirkorlar ro'yxatdan o'tishlari uchun kerakli hujjatlarni tayyorlab, yashash joyidagi Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish inspeksiyasiga shaxsan borib taqdim etishlari yoki pochta orqali yuborishlari mumkin. Yakka tadbirkor ro'yxatdan o'tishi uchun quyidagi hujjatlarni taqdim etishi kerak:

– belgilangan shaklda ariza-xabarnoma;

– 3x4 sm o'lchamli 4 ta fotosurat;

– pasportining nusxasi;

– belgilangan ro'yxatdan o'tish yig'imini to'laganligi to'g'risidagi bank to'lov hujjati;

– muhr va tamg'a eskizlari— uch nusxada (tadbirkor xohishiga ko'ra).

Yuridik shaxs bo'lmagan dehqon xo'jaliklarini ro'yxatdan o'tkazish ham yakka tadbirkorlarni ro'yxatdan o'tkazish tartibida amalga oshiriladi. Faqat qo'shimcha ravishda dehqon xo'jaligini yuritish uchun yer uchastkasi ajratilganligi to'g'risida tuman hokimining qarori kerak bo'ladi, fotosurat esa kerak bo'lmaydi.

Shuni ta'kidlash lozimki, tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish uchun taqdim etiladigan hujjatlardagi ma'lumotlarning to'g'riligi va ta'sis hujjatlarining qonunchilikka mosligi uchun ta'sischi javobgar hisoblanadi.

10. 2. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINI RO'YXATDAN O'TKAZISH VA HISOBGA QO'YISH TARTIBI

Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun davlat boji yoki ro'yxatdan o'tkazish yig'imi undiriladi. O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi va viloyatlar Adliya boshqarmalarida ro'yxatdan o'tkaziladigan tadbirkorlik subyektlaridan ro'yxatdan o'tkazish uchun davlat boji undiriladi. Uning razmeri quyidagicha belgilangan:

– auditorlik va sug'urta tashkilotlari, birjalar va bozorlarni ro'yxatdan o'tkazish uchun eng kam oylik ish haqining to'rt barabari miqdorida;

– xorijiy investitsiyali korxonalarni ro'yxatdan o'tkazish uchun eng kam oylik ish haqining besh barabari va 500 AQSh dollari miqdorida;

– ustav jamg'armasi to'liq xorijiy investitsiyalardan iborat bo'lgan korxonalarni ro'yxatdan o'tkazish uchun 2000 AQSh dollari miqdorida. Undiriladigan davlat bojining 20 foizi sudlar va adliya organlarini rivojlantirish jamg'armasiga, qolgan qismi esa tegishli budjetlarga o'tkaziladi.

Tuman va shahar inspeksiyalarida ro'yxatdan o'tkaziladigan tadbirkorlik subyektlari ro'yxatdan o'tkazish yig'imi to'laydilar. Uning miqdori Qoraqalpog'iston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi, viloyat

va Toshkent shahar hokimliklari tomonidan belgilanadi. Ro'yxatdan o'tkazish yig'imining cheklangan stavkalari har yili O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori bilan tasdiqlanadi. Hozirgi paytda mazkur yig'im eng kam oylik ish haqining 5 barovari miqdorida belgilangan. Bu yig'imga tuman va shaharlardagi Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyalarini moliyalash uchun ishlatiladi.

Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish hamda ularni soliq va statistika organlarida hisobga qo'yish ishlari bir tashkilot tomonidan bir vaqtda amalga oshiriladi. (10. 1- jadvalga qarang).

10.1- jadval

Tadbirkorlik subyektlarini yuridik shaxs sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazish va hisobga qo'yish tartibi

№	Amalga oshiriladigan ishlar	Ijro etuvchilar	Muddati
1	1. Tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun kerakli hujjatlarni tayyorlash. 2. Ta'sis hujjatlari loyihalarini tayyorlash.	Ta'sischi, Savdo-sanoat palatasi, Konsalting firmalari va boshqalar.	Ta'sischi belgilaydi
2	Tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan o'tkazuvchi organga hujjatlarni taqdim etish	Ta'sischi yoki u belgilagan vakil	Ta'sischi belgilaydi
3	Taqdim etilgan hujjatlarni ko'rib chiqish.	Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ mas'ul xodimi	3 ish soati
4	1. Tadbirkorlik subyektiga statistik kodlar berish. 2. Soliq inspeksiyasiga soliq to'lovchining indentifikatsiya raqami berish uchun talabnoma yuborish. 3. Muhr va tamg'a tayyorlash uchun ruxsatnomani rasmiylashtirish.	Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ mas'ul xodimi	

5	1. Tadbirkorlik subyektiga soliq to'lovchining identifikatsiya raqamini berish. 2. Soliq to'lovchining identifikatsiya raqamlari markazlashtirilgan bazasiga tegishli yozuvlar kiritish. 3. Ro'yxatdan o'tkazuvchi organga soliq to'lovchining identifikatsiya raqami berilganligi to'g'risida ma'lumotnoma yuborish.	Davlat soliq organi mas'ul xodimi	8 ish soati
6	1. Tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi ma'lumotlarni davlat reyestriga kiritish. 2. Davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risida guvohnoma va boshqa hujjatlarni berish.	Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ mas'ul xodimi	2 ish kuni (hujjatlar qabul qilingan kundan boshlab)
7	Davlat reyestridan ma'lumotlarni va boshqa hujjatlarni tegishli davlat boshqaruv organlariga taqdim etish.	Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ mas'ul xodimi	1 kun (ro'yxatdan o'tkazilgandan boshlab)
8	1. Tadbirkorlik subyektini soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'lovchisi sifatida hisobga qo'yish. 2. Tadbirkorlik subyektini korxonalar va tashkilotlar yagona davlat reyestriga kiritish. 3. Muhr va tamg'alarni yo'q qilish (korxonaga tugatilganda).	Tegishli davlat boshqaruv organlari	2 kun (hujjatlarni olgandan boshlab)

Bu ishlarni bajarish uchun juda qisqa vaqt ajratilgan-ro'yxatdan o'tkazish uchun ariza taqdim etilgandan boshlab to subyektini ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnoma topshirilishigacha ketadigan vaqt 2 ish kundan, soliq va statistika organlarida hisobga qo'yish bilan 3 ish kundan oshmasligi kerak. Ro'yxatdan o'tkazish rad etilgan taqdirda, asoslangan rad javobini ariza taqdim etilgan paytdan 3 ish soati ichida arizachiga topshirish lozim.

Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish uchun taqdim etilgan hujjatlar ularda rad qilish asoslari bori – yo'qligini aniqlash maqsadida o'rganib chiqiladi. Bunday asoslar ro'yxatdan o'tkazish tartibi

to'g'risidagi nizomlarda aniq ko'rsatilgan va ulardan tashqari boshqa asoslar bo'yicha ro'yxatdan o'tkazishni rad qilishga yo'l qo'yilmaydi. Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazishni rad qilish uchun quyidagilar asos bo'lishi mumkin.

1. Yuridik shaxslar bo'yicha:

– talab qilinadigan hujjatlarni to'liq taqdim etmaslik;

– ta'sis hujjatlarida, muhr va tamg'a eskizlarida ko'rsatilgan firma nomining statistika organi bergan ma'lumotnomada ko'rsatilgan nomga mos kelmasligi;

– ta'sis hujjatlarida, muhr va tamg'a eskizlarida ko'rsatilgan korxonalar tashkiliy-huquqiy shaklining O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida ko'rsatilgan tashkiliy-huquqiy shakllari aniq turiga mos kelmasligi;

– ta'sis hujjatlarida belgilangan ustav jamg'armasi miqdorining O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida tegishli tadbirkorlik subyektlari uchun belgilangan miqdoriga mos kelmasligi.

2. Xorijiy investitsiyali korxonalar bo'yicha (yuqoridagi asoslarga qo'shimcha ravishda):

– xorijiy investitsiya ulushining O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida belgilangan miqdoriga mos kelmasligi;

– ta'sischilar tarkibida xorijiy yuridik shaxsning bo'lmasligi.

3. Bozorlar bo'yicha (yuqoridagi 1-bandda keltirilgan asoslarga qo'shimcha ravishda):

– ta'sis hujjatlarida belgilangan ustav jamg'armasining 30 foizidan kam bo'lmagan miqdori kiritilmagani;

– ta'sischilar tarkibida ustav jamg'armasining 51 foiziga ega bo'lgan davlat mahalliy hokimiyati organining bo'lmasligi.

Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish uchun taqdim etilgan hujjatlarda yuqorida sanab o'tilgan rad qilishga asos bo'ladigan holatlar uchramasa, u ro'yxatdan o'tkaziladi. Buning uchun birinchi navbatda ro'yxatdan o'tkazuvchi organ yuridik shaxsga tegishli statistik kodlarini beradi. Bunday kodlar belgilab qo'yilgan kvota bo'yicha statistika organi tomonidan ro'yxatdan o'tkazuvchi organga taqdim etib turiladi. Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ navbati bilan tadbirkorlik subyekti – yuridik shaxsga korxonalar va tashkilotlar umum respublika tasnifchisi (KTUT) bo'yicha kod beradi. Undan so'ng mazkur organ ro'yxatga olingan korxonaga soliq to'lovchining identifikatsiya raqami (STIR) berish uchun tuman (shahar) soliq inspeksiyasiga talab-

noma yuboradi. Bu organ esa soliq to'lovchilar identifikatsiya raqamlarining Respublika markazlash-tirilgan bazasi orqali korxonaga soliq to'lovchining identifikatsiya raqamini beradi va uni mazkur bazaga kiritib qo'yadi. Soliq organi bu ishlarni 8 ish soatida bajarishi kerak.

Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ muhr va tamg'a eskizlari talablarga mos bo'lsa (mos bo'lmagan taqdirda esa ularni moslashtirib) muhr va tamg'a tayyorlash uchun ruxsatnoma rasmiylashtiradi. Ro'yxatdan o'tkazish ishlari tugagach, ro'yxatdan o'tkazuvchi organ tadbirkorlik subyektini tegishli ma'lumotlari bilan maxsus davlat reyestriga kirita-di va ariza bergan shaxsga va tegishli organlarga quyidagi hujjatlarni taqdim etadi.

1. Yuridik shaxslarga:

- davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risida guvohnoma;
- "ro'yxatga olindi" degan belgi qo'yilgan va ro'yxatdan o'tkazuvchi organ muhri bilan tasdiqlangan ta'sis hujjatlari;
- ruxsat beruvchi hujjatlar (bunday hujjatlar zarur bo'lgan korxonalar uchun);
- muhr va tamg'a tayyorlash uchun ruxsatnoma – ularning eskizlari bilan birgalikda.

2. Yakka tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmagan dehqon xo'jaliklariga:

- davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risida guvohnoma;
- muhr va tamg'a tayyorlash uchun ruxsatnoma – ularning eskizlari bilan birgalikda (tadbirkorga muhr va tamg'a kerak bo'lsa).

3. Soliq organiga:

- tadbirkorlik subyektining davlat reyestriga kiritilgan ma'lumotlaridan ko'chirma;
- ariza (ariza-xabarnoma) nusxasi.

4. Statistika organiga:

- tadbirkorlik subyektlari – yuridik shaxslarning davlat reyestriga kiritilgan ma'lumotlaridan ko'chirma;
- ariza (ariza-xabarnoma) nusxasi.

5. Ichki ishlar organiga:

- tadbirkorlik subyektlari-yuridik shaxslarining davlat reyestriga kiritilgan ma'lumotlaridan ko'chirma;
- muhr va tamg'adan foydalanadigan yakka tadbirkorlarning davlat reyestriga kiritilgan ma'lumotlardan ko'chirma;

- muhr va tamg'a tayyorlash uchun ruxsatnoma nusxasi;
- muhr va tamg'a eskizlari.

Ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyasi tomonidan taqdim etilgan ma'lumotlar va hujjatlarni olgandan so'ng 2 ish kuni ichida:

– soliq organi-tadbirkorlik subyektini soliq to'lovchi sifatida hamda budjetdan tashqari Pensiya jamg'armasi, Bandlikka ko'maklashish jamg'armasi, Respublika yo'l jamg'armasiga badal to'lovchi sifatida hisobga qo'yadi;

– statistika organi – ro'yxatdan o'tkazuvchi organ tomonidan berilgan statistik kodlarning tadbirkor (ta'sischi) ning arizasi (ariza-xabarnomasi) da ko'rsatilgan ma'lumotlarga mosligini tekshiradi va ular to'g'ri bo'lsa, korxonalar va tashkilotlar yagona davlat reyestiriga kiritadi.

Statistik kodlar yoki soliq to'lovchining identifikatsiya raqamiga xatolar mavjudligi aniqlangan taqdirda soliq va statistika organi bu to'g'rida bir ish kuni ichida ro'yxatdan o'tkazgan organga xabar berishi, mazkur organ esa shu muddatda xatolarni tuzatib, ro'yxatdan o'tkazilganlik to'g'risida yangi guvohnoma berishi lozim.

Yuridik shaxslar o'z ta'sis hujjatlariga o'zgarishlar va qo'shimchalar kiritishlar, bu to'g'rida 7 ish kuni ichida tegishli hujjatlarni rasmiylashtirib, ro'yxatdan o'tkazgan organga taqdim etishlari kerak. Bunday o'zgarishlar va qo'shimchalar 2 ish kuni ichida ro'yxatdan o'tkazilishi va zarur bo'lsa yangi guvohnoma berilishi kerak. Ularning pochta yoki yuridik manzili o'zgarganda, bu to'g'rida 10 kun ichida yozma ravishda xabar qilishi, ro'yxatdan o'tkazuvchi organ esa mazkur o'zgarishlar haqida 2 kun ichida soliq va statistika organlariga bildirishi zarur. Yuridik shaxs bo'lgan tadbirkorlik subyektining faoliyat turi va ishlovchilarining o'rtacha yillik soni o'zgarganda tadbirkor yoki uning vakilining ishtirokisiz statistika organi korxonalar va tashkilotlar yagona davlat reyestriga taqdim etilgan statistika hisobotiga asosan tegishli o'zgartirishlar kiritadi va bu haqda ro'yxatdan o'tkazgan va soliq organlariga hamda tadbirkorlik subyektiga xabar qiladi.

Yakka tadbirkorning faoliyat ko'rsatish joyi o'zgarganda bu haqda 10 kun ichida ro'yxatdan o'tkazgan organga xabar berishi kerak. Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ bu o'zgarishlar to'g'risida 2 kun ichida soliq organiga bildiradi. Ro'yxatdan o'tkazuvchi va soliq organlari tadbirkordan xabar kelgan paytdan boshlab 3 kun ichida ro'yxatdan o'tganligi qayd qilingan reyestriga va hisobga qo'yish hujjatlariga te-

gishli o'zgartirishlar kiritib, bu to'g'rida tadbirkorga yozma ravishda xabar berishlari kerak.

Yuridik shaxs bo'lmagan tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi 10.2-jadvalda aks ettirilgan.

10.2-jadval

Yakka tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmagan dehqon xo'jaliklarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va hisobga qo'yish tartibi

№	Amalga oshiriladigan ishlar	Ijro etuvchilar	Muddati
1	Tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun kerakli hujjatlarni davlat ro'yxatidan o'tkazuvchi organga taqdim etish	Ariza beruvchi jismoniy shaxs	Ariza beruvchi belgilaydi
2	Hujjatlarni qabul qilish va tekshirish	Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ mas'ul xodimi	3 ish soati
3	1. Soliq inspeksiyasiga soliq to'lovchining identifikatsiya raqami berish uchun talabnoma yuborish. 2. Muhr va tamg'a tayyorlash uchun ruxsatnomani rasmiylashtirish	Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ mas'ul xodimi	
4	1. Tadbirkorlik subyektiga soliq to'lovchining identifikatsiya raqamini berish 2. Soliq to'lovchining identifikatsiya raqamlari markazlashtirilgan bazasiga tegishli yozuvlar kiritish 3. Ro'yxatdan o'tkazuvchi organga soliq to'lovchining identifikatsiya raqami berilganligi to'g'risida ma'lumotnoma yuborish	Davlat soliq organi mas'ul xodimi	8 ish soati

5	1. Tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi ma'lumotlarni davlat reyestriga kiritish. 2. Davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risida guvohnoma va boshqa hujjatlarni berish	Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ mas'ul xodimi	2 ish kuni (hujjatlar qabul qilingan kundan boshlab)
6	Davlat reyestridan ma'lumotlarni va boshqa hujjatlarni tegishli davlat boshqaruv organlariga taqdim etish	Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ mas'ul xodimi	1 kun (ro'yxatdan o'tkazilgandan boshlab)
7	Tadbirkorlik subyektini soliq va boshqa majburiy to'lovlar to'lovchisi sifatida hisobga qo'yish	Tegishli davlat boshqaruv organlari	2 kun (hujjatlarni olgandan boshlab)

10. 3. TIJORAT MAQSADIDA CHETDAN TOVARLAR OLIB KELUVCHI JISMONIY SHAXSLARNI RO'YXATDAN O'TKAZISH

Tovarlarni import qilish va ularni sotish bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslar faoliyatini tartibga solish, savdoning uyushgan, madaniyatli shakllarini rivojlantirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi 2004- yil 12- avgustda "Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi jismoniy shaxslarni ro'yxatdan o'tkazishni tartibga solish chora-tadbirlari to'g'risida" nomli qaror qabul qilgan va 2004- yil 2- sentabrda "Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi yuridik shaxs bo'lmagan yakka tartibdagi tadbirkorlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va import operatsiyalari subyektlarining hisobga olish kartalarini berish tartibi to'g'risida Nizom"ni tasdiqlagan. Mazkur hujjatlarga muvofiq quyidagi tartib belgilangan.

Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi jismoniy shaxslarni yakka tadbirkor sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazish ularning yashash joyidagi tuman (shahar) Davlat soliq inspeksiyasi tomonidan amalga oshiriladi. Bunday faoliyat turi bilan shug'ullanish uchun jismoniy shaxs:

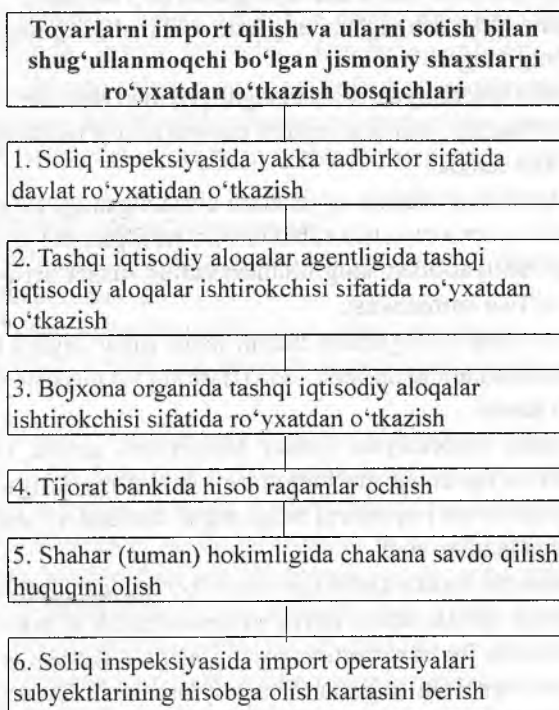
– O‘zbekiston Respublikasi tashqi iqtisodiy aloqalar agentligi va bojxona organlarida tashqi iqtisodiy aloqalar qatnashchisi sifatida ro‘yxatdan o‘tishi;

– tijorat bankida hisob raqamlari ochishi;

– eksport-import operatsiyalarini va chakana savdoni amalga oshirish uchun ruxsatnoma rasmiylashtirishi.

– ro‘yxatdan o‘tkazgan soliq organidan import operatsiyalari subyektlarining hisobga olish kartasini olishi shart.

Yakka tadbirkorni ro‘yxatidan o‘tkazish va hisobga qo‘yish ishlari quyidagi bosqichlarda amalga oshiriladi (10. 1- chizma).



10. 1- chizma. Tijorat maqsadida chetdan tovarlar olib keluvchi jismoniy shaxslarni ro‘yxatdan o‘tkazish tartibi.

Birinchi bosqich. Yakka tadbirkor davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun soliq inspeksiyasiga shaxsan kelib, quyidagi hujjatlarni taqdim etishi kerak:

- ro'yxatdan o'tkazish chun belgilangan shaklda ariza;
- 3x4 sm o'lchamli to'rtta fotosurat;
- ro'yxatdan o'tkazish yig'imi to'langanligini tasdiqlovchi to'lov hujjati;

- yakka tadbirkorning yashash joyi bo'yicha fuqarolarning o'zini- o'zi boshqarish organi tomonidan berilgan ma'lumotnoma – tasdiqno- ma;

- muhr va tamg'a eskizlari – uch nusxada;

- fuqarolik pasporti (ariza berilayotganda ko'rsatiladi).

Ro'yxatdan o'tkazish yig'imi eng kam oylik ish haqqining 5 barobari miqdorida belgilangan.

Davlat soliq inspeksiyasi ariza tushgan paytdan boshlab 3 kun ishida ro'yxatdan o'tkazish yoki o'tkazishni rad etish to'g'risida qaror qabul qilishi va 7 kun ichida:

- yakka tadbirkor sifatida ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risida gu- vohnoma yoki yozma ravishda sabablari ko'rsatilgan rad javobi;

- mazkur faoliyat bilan shug'ullanish uchun ruxsat beruvchi tartib- qoidalardan o'tish kartochkasi;

- muhr va tamg'a tayyorlash uchun ichki ishlar organi tomonidan berilgan ruxsatnomaning nusxasi – eskizlarning bir nusxasi bilan birga- likda berishi kerak.

Davlat soliq inspeksiyasi yakka tadbirkorni davlat ro'yxatidan o'tkazgandan so'ng uning ma'lumotlarini davlat reyestriga kirtadi va uch kun ichida bu ma'lumotlarni belgilangan tartibda va shaklda ichki ishlar organiga taqdim etadi.

Ariza beruvchi yakka tadbirkor zarur bo'lganda faoliyat yuritish uchun obyektlar qurish, ularni qayta ixtisoslashtirish va rekonstruksiya qilish hamda turar joylarni noturar joy toifasiga o'tkazish uchun zarur bo'lgan ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtiradi. Buning uchun u tuman (shahar) tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish ins- peksiyasiga murojaat qilishi mumkin.

Yakka tadbirkor davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab bir oy mobaynida:

– O‘zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar agentligida va bojxona organida tashqi iqtisodiy aloqalar qatnashchisi sifatida ro‘yxatdan o‘tishi;

– chakana savdo qilish huquqini beradigan ruxsatnomani tuman (shahar) hokimligida belgilangan tartibda rasmiylashtirishi;

– tijorat bankida talab qilib olinadigan depozit hisob raqami oshishi shart.

Yuqoridagi shartlarni bajarish tegishli organlar va tashkilotlar belgilangan tartib-qoidalardan o‘tish demakdir. Tabirkorlar ulardan bosqichma-bosqich o‘tadilar va ularning natijalari maxsus ruxsat beruvchi tartib-qoidalardan o‘tish kartochkasida rasmiylashtiriladi. O‘tish tartibi quyidagicha belgilagan.

Ikkinchi bosqich. Yakka tadbirkor tashqi iqtisodiy aloqalar qatnashchisi sifatida Tashqi iqtisodiy aloqalar agentligida ro‘yxatdan o‘tishi kerak. Buning uchun u quyidagi hujjatlarni taqdim etishi lozim:

– ro‘yxatdan o‘tkazish to‘g‘risida ariza (pasport ma‘lumotlari, manzili, telefoni va import qilinadigan mahsulot nomlari ko‘rsatilgan holda);

– ariza beruvchi pasportining nusxasi;

– davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganligi to‘g‘risida guvohnomaning notarial tasdiqlangan nusxasi;

– ruxsat beruvchi tartib-qoidalardan o‘tish kartochkasi;

– ro‘yxatdan o‘tkazish yig‘imini to‘laqlanligi to‘g‘risida to‘lov hujjati.

Tashqi iqtisodiy aloqalar agentligi hujjatlar qabul qilingan paytdan boshlab 3 ish kuni mobaynida tadbirkorni tegishli tartib raqami ostida tashqi iqtisodiy aloqalar qatnashchilari reyestriga kiritadi va unga import qilinadigan mahsulot nomlari ilova qilingan ro‘yxatdan o‘tkazilganligi to‘g‘risidagi guvohnomani beradi va bu haqda ruxsat beruvchi tartib-qoidalardan o‘tish kartochkasiga yozib, uni tasdiqlaydi. Mazkur guvohnomaning amal qilish muddati bir yil. Ro‘yxatdan o‘tkazish yig‘imi eng kam oylik ish haqining bir barobari.

Uchinchi bosqich. Yakka tadbirkor tashqi iqtisodiy aloqalar qatnashchisi sifatida bojxona organida ham ro‘yxatdan o‘tishi kerak. Buning uchun yashash joyi bo‘yicha bojxona hududiy organiga quyidagi hujjatlarni taqdim etishi zarur:

– ro‘yxatdan o‘tkazish uchun ariza (doimiy yashash joyi ko‘rsatilgan holda);

– davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganligi to‘g‘risidagi guvohnomaning nusxasi;

– tashqi iqtisodiy aloqalar qatnashchisi guvohnomasining nusxasi;

– ruxsat beruvchi tartib-qoidlardan o‘tish kartochkasi.

Bojxona organi 2 kun ichida yakka tadbirkorning tashqi iqtisodiy aloqalar qatnashchisi sifatida ro‘yxatdan o‘tkazilganligi to‘g‘risida ruxsat beruvchi tartib-qoidalar kartochkasining tegishli joyiga yozib, uni tasdiqlaydi.

To‘rtinchi bosqich. Tijorat bankida hisob raqamlar ochish. Bu jarayon yakka tadbirkor davlat ro‘yxatidan o‘tkazilgan joy bo‘yicha amalga oshiriladi. Hisob raqami ochilgandan keyin tegishli bank bo‘limi tomonidan ruxsat beruvchi tartib-qoidalaridan o‘tish kartochkasiga tegishli belgi qo‘yiladi. Tadbirkor har kuni import qilingan tovarlar sotilishidan tushgan tushumni belgilangan tartibda bank kassasiga topshirishi lozim. Bank tadbirkor talabiga ko‘ra uning hisob raqamida naqd pul bo‘lganda naqd pul berishi kerak. Tadbirkor xorijiy valutani tijorat banklarning almashtirish punktlarida belgilangan tartibda sotib olishi lozim.

Beshinchi bosqich. Chakana savdo qilish huquqini olish. Bunday huquq to‘g‘risidagi guvohnoma yakka tadbirkorning faoliyat ko‘rsatadigan joyi bo‘yicha tuman (shahar) hokimligi tomonidan beriladi. Bir hafta mobaynida sotish bo‘yicha aylanma yoki inkassa tushumi qayd qilinmasa bank axboroti asosida soliq organining taqdimnomasiga ko‘ra mazkur guvohnomaning amal qilishi to‘xtatib qo‘yiladi. Ruxsatnoma (guvohnoma) bergan organ tadbirkor tomonidan tovarlar kelib tushganligini tasdiqlovchi hujjat taqdim etilganda chakana savdo uchun ruxsat beruvchi guvohnomaning amal qilishini tiklashi mumkin. Tadbirkor tovar uchun respublikadan tashqariga chiqqanda, guvohnomaning amal qilishini to‘xtatib qo‘ymaslik uchun soliq organini yozma ravishda xabardor qilishi zarur. Ruxsatnoma (guvohnoma) da ko‘rsatilgan savdo joyi o‘zgarganda ham bu haqda soliq organiga xabar berishi kerak.

Oltinchi bosqich. Import operatsiyalari sub‘yeklarining hisobga olish kartasini olish. Yakka tadbirkor yuqoridagi bosqichlardan o‘tib, kerakli barcha hujjatlarni rasmiylashtirib olgandan so‘ng, ruxsat beruvchi

tartib-qoidalaridan o'tish kartochkasi asosida soliq organi 3 kun ichida unga import operatsiyalari subyektlarining hisobga olish kartasini berishi lozim. Bu karta eksport-import operatsiyalarini amalga oshirish huquqini beradigan ruxsatnoma hisoblanadi. U tadbirkorning davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomasi bilan bir seriya va tartib raqamiga ega bo'ladi. Kartaning nusxasi soliq organidagi hujjatlar yig'ma jildida saqlanadi. Import operatsiyalari subyektlarining hisobga olish kartasining amal qilish muddati bir yil qilib belgilangan.

Yakka tadbirkor import operatsiyalari subyektlarining hisobga olish kartasini olgandan so'ng uning davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomasidan foydalanishi va chetdan tovar olib kelib, uni sotish bilan shug'ullanishi mumkin. Tadbirkor tovarlarni chetdan olib kirayotgan paytda bojxonada rasmiylashtirish uchun quyidagi hujjatlarni taqdim etishi kerak bo'ladi:

- bojxona yuk deklaratsiyasi;
- O'zbekiston Respublikasidan chiqishga rasmiylashtirilgan bojxonada deklaratsiyasi;
- O'zbekiston Respublikasiga kirishga rasmiylashtirilgan bojxonada deklaratsiyasi;
- olib kirilgan tovar qiymati olib chiqilgan naqd xorijiy valuta summasidan katta bo'lganda qo'shimcha pul mablag'larini olish legitimligini tasdiqlovchi hujjat;
- davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnoma;
- tashqi iqtisodiy aloqalar qatnashchisi guvohnomasi;
- import operatsiyalari subyektlarining hisobga olish kartasi;
- litsenziya (kerak holda);
- muvofiqlik sertifikatini;
- tovarlarning kelib chiqish sertifikatini;
- fitosanitariya va veterinariya sertifikatlari (tegishli hollarda).

Yakka tadbirkor O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida belgilangan tartibda daromadlari va tovar operatsiyalarini hisobini yuritishi va har oyda belgilangan shaklda hisobot taqdim etishi zarur. Faoliyat turi o'zgargan taqdirda yakka tadbirkor davlat ro'yxatidan o'tkazgan soliq inspeksiyasiga davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnoma va import operatsiyalari subyektlarining hisobga olish kartasini topshirishi kerak.

QISQACHA XULOSALAR

Tadbirkorlik faoliyatini rasmiylashtirish uni tashkil etish va ro'yxatdan o'tkazish uchun kerakli hujjatlarni tayyorlash va tegishli organga taqdim etish, mazkur organ tomonidan hujjatlarni rasmiylashtirish va ro'yxatga olish jarayonidan iborat. Bu jarayonni osonlashtirish va tezlashtirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti 2006-yil 24- mayda "Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olish va hsobga qo'yishning xabardor qilish tartibini joriy etish to'g'risida" nomli qaror qabul qildi.

O'zbekistonda tadbirkorlik subyektlarini respublika darajasida Adliya vazirligi, mintaqalar darajasida Qoraqalpog'iston Respublikasi Adliya vazirligi va viloyatlar Adliya boshqarmalari, shaharlar va tumanlar miqyosida esa tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish inspeksiyalari ro'yxatdan o'tkazadilar. Tadbirkorlik subyektlarning asosiy qismi quyi bo'g'ida ro'yxatga olinadi. Mazkur bo'g'ida, ishlarni osonlashtirish, tezlashtirish ya tadbirkorlarga yordam ko'rsatish maqsadida axborot – maslahat markazlari tuzilgan va xabardor qilish tartibi asosida "bir darchada" rasmiylashtirish joriy qilingan.

Shunday bo'lsada, tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish uchun ko'p hujjatlar talab qilinadi, ayrim faoliyat turlari uchun litsenziya olish zarur. Bu narsalar ortiqcha vaqt, energiya, mablag' talab qiladi, ishni orqaga suradi. Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish hozirgiga o'xshab ikki kun ichida emas, balki 2 – 3 soat ichida birgina ariza-xabarnoma bilan amalga oshiriladigan tartibini joriy etish lozim.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR

1. Tadbirkorlik faoliyatini rasmiylashtirishning mohiyati va ahamiyati.
2. Tadbirkorlik faoliyatini rasmiylashtirish tartib-qoidalarini belgilab beradigan me'yoriy-huquqiy hujjatlar.
3. Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar va ularning vazifalari.
4. Tuman (shahar) tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish inspeksiyalari va ularning vazifalari.

5. Yuridik shaxslarni ro'yxatdan o'tkazish uchun kerakli hujjatlar.
6. Ta'sis hujjatlari va ularning xususiyatlari
7. Korxonada ustavi, uning ahamiyati va mazmuni.
8. Yuridik shaxslarni ro'yxatdan o'tkazish tartibi.
9. Yakka tadbirkorlarni ro'yxatdan o'tkazish uchun kerakli hujjatlar.
10. Yakka tadbirkorlarni ro'yxatdan o'tkazish tartibi.
11. Ruxsat beruvchi hujjatlar va ularni rasmiylashtirish.
12. Tadbirkorlik subyektlarini tegishli organlarda hisobga qo'yish.
13. Tijorat maqsadida tovarlar olib keluvchi jismoniy shaxslarni ro'yxatdan o'tkazish tartibi.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Tadbirkorlik subyekti hisoblanadi:

- A) bozordagi sotuvchilar va xaridorlar; B) tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi faqat yuridik shaxslar; D) tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi faqat jismoniy shaxslar; E) tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi yuridik va jismoniy shaxslar; F) barcha javoblar to'g'ri

2. Tadbirkorlik subyekti maqomi yuzaga keladi:

- A) tadbirkorlik faoliyati boshlangandan so'ng; B) tadbirkor davlat ro'yxatidan o'tgandan so'ng; D) tadbirkor ishlab chiqarishga kirishgandan so'ng; E) tadbirkor o'z mahsulotini bozorga chiqargandan so'ng; F) tadbirkor soliq inspeksiyasida hisobga turgandan so'ng.

3. Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar:

- A) O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi; B) viloyat Adliya boshqarmasi; F) shahar (tuman) tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyasi; E) davlat soliq inspeksiyasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

4. Yuridik shaxsni ro'yxatdan o'tkazish uchun kerakli hujjatlar:

- A) yuridik shaxs ustavi; B) ta'sis shartnomasi; D) ruxsat beruvchi hujjatlar; E) ro'yxatdan o'tkazish to'g'risida ariza; F) barcha javoblar to'g'ri.

5. Firmani ro'yxatdan o'tkazish uchun kerakli hujjatlar:

- A) ariza, ruxsat beruvchi hujjatlar, biznes reja; B) ariza, ta'sis hujjatlari, biz-

nes reja; D) ariza, ta'sis hujjatlari, ruxsat beruvchi hujjatlar; E) ariza, ta'sis hujjatlari, tuman hokimi ruxsati; F) ariza, ruxsat beruvchi hujjatlar, litsenziya.

6. Yakka tadbirkorni ro'yxatdan o'tkazish uchun kerakli hujjatlar

A) ariza, pasport, biznes reja; B) ariza, pasport, fotosurat; D) ariza, pasport, fotosurat, biznes reja; E) ariza, pasport, fotosurat, mahalla qo'mitasi ma'lumotnomasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

7. Korxonani ta'sischiylari – bu...

A) korxonani tashkil etuvchilar; B) korxonani ro'yxatga oluvchilar; D) korxonani rahbarlari; E) korxonani ishchi-xizmatchilari; F) barcha javoblar to'g'ri.

8. Ta'sis hujjatlariga kiradi...

A) ustav, ariza, biznes reja; B) ustav, ariza, ta'sis shartnomasi; D) ustav, ta'sis shartnomasi; E) ustav, ruxsat beruvchi hujjatlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

9. Xususiy firma ta'sis hujjati nima?

A) ta'sis shartnomasi; B) ustav; D) ustav, ariza; E) ustav, ta'sis shartnomasi; F) ustav, ta'sis shartnomasi, ariza.

10. Tadbirkorlik subyektlarini respublika darajasida kim ro'yxatdan o'tkazadi?

A) Adliya vazirligi; B) Moliya vazirligi; D) Ichki ishlar vazirligi; E) Vazirlar Mahkamasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

11. Tadbirkorlik subyektlarini viloyat darajasida kim ro'yxatdan o'tkazadi?

A) viloyat moliya boshqarmasi; B) viloyat adliya boshqarmasi; D) viloyat savdo-sanoat palatasi; E) viloyat statistika boshqarmasi; F) viloyat hokimligi.

12. Tadbirkorlik subyektlarini tumanda kim ro'yxatdan o'tkazadi?

A) tuman hokimligi; B) tuman moliya bo'limi; D) tuman statistika bo'limi; E) tuman tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

13. Tijorat maqsadida tovarlar olib keluvchi jismoniy shaxslarni kim davlat ro'yxatidan o'tkazadi?

A) tuman davlat soliq inspeksiyasi; B) tuman tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyasi; D) tuman hokimligi; E) viloyat hokimligi; F) tuman statistika bo'limi.

14. Korxonaning ustavi – bu...

A) korxonaning moliyaviy hujjati; B) korxonaning hisobot hujjati; D) korxonaning axborot tizimi; E) korxonaning ro'yxatdan o'tkazish va faoliyat yuritishi uchun asosiy yuridik hujjat; F) korxonaning soliq organiga topshiradigan asosiy hujjati.

15. Korxonada aks ettiriladi:

A) korxonaning nomi va manzili; B) korxonaning maqsadi va vazifalari; D) korxonaning faoliyat yo'nalishlari va turlari; E) korxonaning haq-huquqlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

16. Ta'asis shartnomasi – bu...

A) bir necha shaxsning tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish bo'yicha kelishuvi; B) bir necha shaxsning foydani taqsimlash bo'yicha kelishuvi; D) bir necha shaxsning tadbirkorlik faoliyatini boshqarish bo'yicha kelishuvi; E) bir necha shaxsning korxonani tuzish, uni boshqarish va faoliyat foydasini taqsimlash bo'yicha kelishuvi; F) barcha javoblar to'g'ri.

17. Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish uchun ruxsat beruvchi hujjatlarga kiradi:

A) muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga ulanish uchun texnik shartlar; B) arxitektura-rejalashtirish topshirig'i; D) obyektlarni qayta ixtisoslashtirish yoki rekonstruksiya qilish uchun ruxsatnoma; E) ko'chmas mulk va yer uchastkasi ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risida guvohnoma; F) barcha javoblar to'g'ri.

18. Tadbirkorlik subyektlari ro'yxatdan o'tkazilgandan so'ng qayerlarda hisobga qo'yiladi?

A) tuman hokimligida; B) tuman ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyasida; D) tuman soliq inspeksiyasi va statistika bo'limida; E) tuman ichki ishlar bo'limida; F) tuman moliya bo'limida;

19. Tumanda joylashgan qo'shma korxonani ro'yxatdan o'tkazadi:

A) tuman hokimligi; B) tuman tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyasi; D) viloyat hokimligi; E) viloyat Adliya boshqarmasi; F) viloyat statistika boshqarmasi.

20. Yuridik shaxs tuzish uchun necha kishi ta'sischi bo'lishi mumkin?

A) 1 kishi; B) 2 kishi; D) 3 kishi va undan ortiq; E) 5 kishi va undan ortiq; F) barcha javoblar to'g'ri.

21. Fermer xo'jaligini ro'yxatdan o'tkazish uchun kerakli hujjatlar:

A) ustav, biznes reja, yer berish to'g'risidagi hujjatlar; B) ustav, ta'sis shartnomasi, yer berish to'g'risidagi hujjatlar; D) yer berish to'g'risidagi hujjatlar E) yer berish to'g'risidagi hujjatlar, davlat buyurtmasini bajarish to'g'risida shartnoma; F) ustav, ustav jamg'armasi.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Ariza-xabarnoma-tadbirkor (ta'sischi) ning tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish uchun davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risida murojaati va zarur ma'lumonlari aks ettirilgan hujjat.

Davlat reyestri – davlat ro'yxatiga olingan tadbirkorlik subyektlari va uning ma'lumotlari qayd qilib boriladigan maxsus ro'yxat.

Davlat ro'yxatidan o'tkazuvchi organ – tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazadigan vakolatli maxsus davlat organi (O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi, Qoraqalpog'iston Respublikasi Adliya vazirligi, viloyat Adliya boshqarmasi, shahar (tuman) ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyasi).

Guvohnoma – tadbirkorlik subyektini davlat ro'yxatidan o'tkazilganligini tasdiqlovchi hujjat.

Litsenziya – tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bilan shug'ullanish huquqini tasdiqlovchi va beruvchi ruxsatnoma.

Korxonatashkili (ta'sischi) – korxonani tashkil etuvchi jismoniy va yuridik shaxslar.

Korxonatashkili-korxonaning ta'sischilari tomonidan tuziladigan va tasdiqlanadigan huquqiy hujjat bo'lib, unda ta'sischilari, tashkiliy-huquqiy shakli, maqsadi, vazifalari, faoliyat turlari, huquqlari, majburiyatlari va mas'uliyati, ustav sarmoyasi, mulkiy munosabatlari va uni boshqarish tartibi aks ettiriladi.

Ruxsat beruvchi hujjatlar – tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishga xizmat qiladigan obyektlarni muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga ulanish, turar joyni noturar joy toifasiga o‘tkazish, yer uchastkasi ajratish to‘risidagi va boshqa shunga o‘xshash hujjatlar.

Tadbirkorlik faoliyatini rasmiylashtirish – tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va ro‘yxatdan o‘tkazish uchun kerak bo‘ladigan hujjatlarni tayyorlash va vakolatli davlat organiga taqdim etish hamda mazkur organ tomonidan hujjatlarni ko‘rib chiqib, ro‘yxatga olish jarayoni.

Tadbirkorlik subyektlarini ro‘yxatdan o‘tkazish (ro‘yxatga olish) – tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazuvchi vakolatli organ tomonidan belgilangan tartibda ro‘yxatga olish va bu to‘g‘rida guvohnoma berish hamda uni davlat reyestriga kiritish jarayoni.

Tadbirkorlik subyektlarini hisobga qo‘yish – tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatiga olgandan so‘ng, soliq to‘lovchi sifatida soliq organida va xo‘jalik subyekti sifatida statistika organida hisobga qo‘yish jarayoni.

Ta‘sis hujjatlari – tadbirkorlik subyektini tashkil etish va ro‘yxatdan o‘tkazish uchun ta‘sischilar tomonidan tayyorlanadigan va tasdiqlanadigan hujjatlar (ustav, ta‘sis shartnomasi).

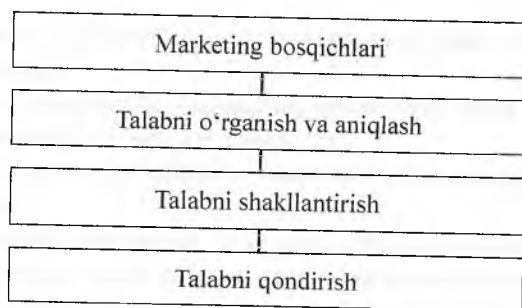
Ta‘sis shartnomasi – ikki yoki undan ortiq shaxslarning tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun biror tashkiliy tuzilma (korxonasi, firma, shirkat, jamiyat va hokazo) tashkil etish, unda ta‘sischilar hissasi, uni boshqarish va olinadigan foydani taqsimlash bo‘yicha rasmiylashtirilgan kelishuvi.

Ustav sarmoyasi (jamg‘armasi) – korxonani tashkil etish va ishini yuritish hamda majburiyatlarini ta‘minlash maqsadida ustavda belgilangan miqdorda kiritiladigan va saqlab turiladigan sarmoya.

XI BOB. TADBIRKORLIKDA MARKETING VA RAQOBAT

11. 1. MARKETING – TADBIRKORLIK FAOLIYATINI AMALGA OSHIRISH ASOSI

Bozor iqtisodiyoti sharoitida har qanday tadbirkor o'z ishini bozordan, uni o'rganishdan boshlaydi. Chunki, tadbirkorlik faoliyatining yo'nalishi, miqyosi, faolligi ko'p jihatdan bozorga, iste'molchilar talabiga bog'liq. Bozorni, iste'molchilar talab-istaklarini bilmay turib, nima ish bilan shug'ullanish, qanday mahsulot va qancha miqdorda ishlab chiqarish, kimga, qachon va qaysi narxda yetkazib berish va sotish, qanaqa xizmatlar ko'rsatish kerakligini aniqlash mumkin emas. Bularni aniqlash, mahsulotni tezroq sotib, yaxshi foyda olish uchun esa bozorda ishlash usullari, tartib-qoidalari, strategiyasi va taktikasi, raqobatlashish yo'llari va vositalarini, ya'ni marketing asoslarini bilish va ularni amalda qo'llay olish lozim. Marketing inglizcha bozor so'zidan olingan bo'lib, bozorni o'rganish va uning istiqbolini aniqlash, bozorda faoliyat ko'rsatish strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish orqali muayyan iste'molchilar ehtiyojlarini qondirish va qo'yilgan maqsadga erishishga yo'naltirilgan faoliyatdir. Marketing faoliyatining asosiy bosqichlari quyidagilardan iborat (11. 1- chizma).



11. 1- chizma. Marketing faoliyati asosiy bosqichlari.

1) talabni o'rganish va aniqlash – qanday mahsulot va qancha miqdorda ishlab chiqarishni bilish uchun iste'molchilar talab-istaklari, mavjud talabning hajmi, o'zgarishi va istiqbolini, raqobat darajasini aniqlash zarur;

2) talabni shakllantirish – mahsulotning sifati, ko'rinishi, assortimenti, narxi va reklamasi hamda xaridorlarni rag'batlantirish, ularga turli xizmatlar va qulayliklar taklif etish yo'l bilan iste'molchilarga ta'sir etib, talabni vujudga keltirish, ro'yobga chiqarish, o'zgartirish;

3) talabni qondirish – ishlab chiqarilgan mahsulotni reklama qilish; iste'mol qilinadigan joylarga yetkazib berish, unga narx belgilash, xaridorlarga qulayliklar yaratish va ularni jalb qilish, mahsulotni sotish.

Shuni ta'kidlash lozimki, marketingni qo'llash boshlangandan beri bozor munosabatlarida uning roli ortib bormoqda. Marketingni qo'llashning boshlang'ich bosqichida u qandaydir bir yordamchi element vazifasini bajargan bo'lsa, keyingi, yuqori bosqichlarda barcha elementlar va faoliyatni o'zaro muvofiqlashtirib, yagona maqsadga yo'naltiruvchi asosiy va markaziy funksiyaga aylandi. Buni bozor iqtisodiyoti taqozo etadi. Mazkur holatni tadbirkorlar qancha tezroq va yaxshiroq anglab olsalar, ular bozor iqtisodiyoti imkoniyatlaridan shunchalik samarali foydalana olishlari mumkin.

Demak, bozor iqtisodiyoti sharoitida har bir tadbirkor, korxonalar kimning ehtiyojini qondirishi va kimga xizmat qilishini yaxshi bilishi kerak. Aks holda u bozorda o'z o'rnini topa olmaydi va uzoq yashab qola olmaydi. Shu boisdan tadbirkor mahsulotining iste'molchilari uning asosiy obyekti, mo'ljali, maqsadi hisoblanadi. Aniq iste'molchilarga ega bo'lgan tadbirkorning ko'zda tutilgan natijalarga erishishi aniqroq bo'ladi. Bunday natijalarga erishish uchun esa marketing konsepsiyasi, usullari, vositalari katta rol o'ynaydi.

Marketing konsepsiyasi – tadbirkor tomonidan mo'ljallangan iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va raqiblarga nisbatan yaxshiroq qondirish g'oyasi va uni ro'yobga chiqarishga yondashuvdir. Bu konsepsiya bo'yicha tadbirkorning asosiy maqsadi iste'molchilar ehtiyojlarini to'laroq qondirish va shu yo'l bilan foyda olish hisoblanadi. Marketing konsepsiyasi to'rtta narsaga – mo'ljallangan bozor, iste'molchilar ehtiyoji, integratsiyalashgan marketing, rentabellikka tayanadi. Mo'ljallangan bozor – ma'lum ehtiyojlarini aynan shu tad-

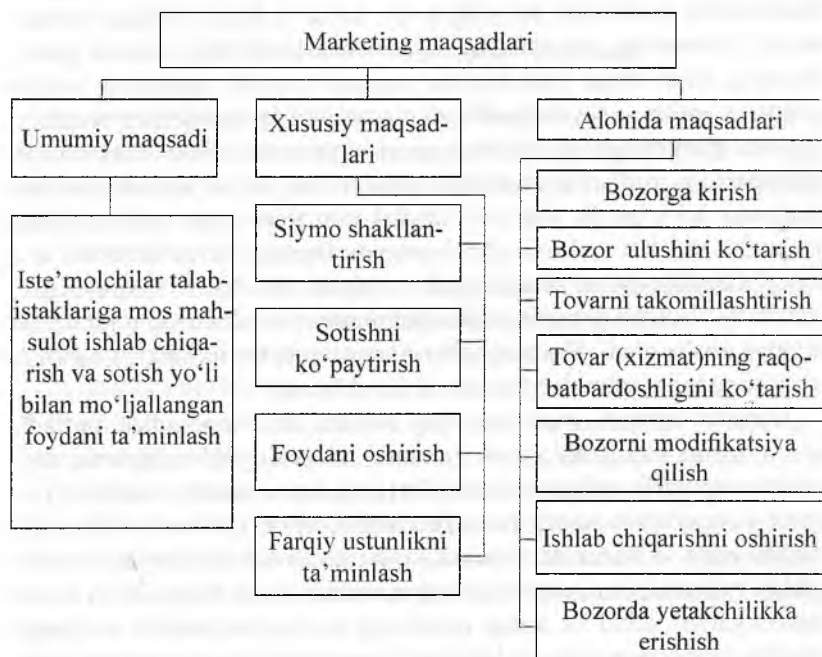
birkor yaxshiroq qondira oladigan iste'molchilar guruhidir. Har qanday tadbirkor yoki korxonalar barcha iste'molchilarni qamrab olib, ularning hamma ehtiyojlarini qondira olmaydi. Shuning uchun har bir tadbirkor iste'molchilarning aniq bir guruhini ajratib olib, butun kuch-g'ayratini ularning ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirishi kerak bo'ladi. Iste'molchilar ehtiyoji – yashash, ishlash, ish yuritishni ta'minlaydigan moddiy va ma'naviy ehtiyojlarga bo'lgan zaruratdir. Integratsiyalashgan marketing nafaqat tadbirkor, balki u bilan birga ishlayotgan har bir mutaxassis, xodim, guruh o'z ishini iste'molchilar ehtiyojlarini qondirish yo'li bilan foyda olishga qaratishi va harakatlarini o'zaro muvofiqlashtirishga asoslangan yondashuvdir. Ma'lumki, foyda ko'rmaydigan tadbirkor uzoq faoliyat ko'rsata olmaydi. Marketing konsepsiyasi foyda olish, uni oshirishni faqat iste'molchilar ehtiyojlarini to'laroq qondirish orqali amalga oshirishni nazarda tutadi.

Marketing tadbirkorlik, biznesning yangi falsafasiga asos qilib olingan. Buning mohiyati shundan iboratki, tadbirkorlar, korxonalar o'z faoliyatlarida bozor talabi, iste'molchilar ehtiyojlariga asoslanishlari va ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatishni bozorga moslashtirib tashkil etishlari lozim. Yangi sharoitda "ishlab chiqarish iste'mol uchun xizmat qilishi kerak" degan tamoyil amal qiladi.

Tadbirkorning tovar ayirboshlash bilan bog'liq bozor faoliyati uning butun tadbirkorlik faoliyati asosini tashkil etadi, maqsadini belgilaydi va harakatiga yo'nalish beradi. Shuning uchun har bir tadbirkor bozor qonun-qoidalari va iste'molchilar talab-istaklarini yaxshi bilib, ularga mos mahsulot taklif etish va sotish orqali ko'zlangan foydasini olishi mumkin. Demak, "Tovar bo'lsa, uni sotish mumkin" degan aqidaga emas, balki "Tovar bozorbop bo'lsa, uni sotish mumkin" degan aqidaga amal qilish zarur bo'ladi. Mahsulotning bozorbopligi esa uning sifati, ko'rinishi, bezatilishi, turlari, foydalanishga qulayligi, narxi va boshqa tomonlari bo'yicha iste'molchilar talab-istaklariga mos kelishi bilan aniqlanadi. Mahsulot o'z iste'molchilari talab-istaklariga qancha mos bo'lsa, shuncha bozorbop hisoblanadi. Mahsulot qancha bozorbop bo'lsa, uning bozordagi mavqe shuncha yaxshi bo'ladi. Mahsulotning bozordagi mavqe esa uni taklif etayotgan tadbirkorning mavqe, nu-fuzini belgilaydi. Mahsulotning bozordagi mavqe uning bozor ulushi bilan belgilanadi. Bozor ulushi – bir xil, o'xshash tovarlar sotish umu-

miy hajmida muayyan bir tovarning hissasidir. Tadbirkor faoliyatining foydalilik darajasi uning (mahsulotning) bozor ulushiga bog'liq bo'lib, bozor ulushi ortib borishi bilan, foydalilik darajasi ko'tarilib boradi. Bularning hammasi tadbirkorning marketing faoliyati bilan bog'liqdir.

Tadibkorlikda marketing maqsadlarini bir necha darajada ko'rib chiqish mumkin (11.2-chizmaga qarang).



11. 2- chizma. Marketingning turli darajadagi maqsadlari.

Marketingning umumiy maqsadi iste'molchilar talab-istaklariga mos mahsulot ishlab chiqarish va sotishni tashkil etish hamda shu yo'l bilan foyda olishni ta'minlashdir. Marketingning xususiy maqsadlari quyidagilardan iborat;

- tadbirkor va uning mahsuloti siymosini shakllantirish va mustahkamlash;

- mahsulot sotishni ko'paytirish;

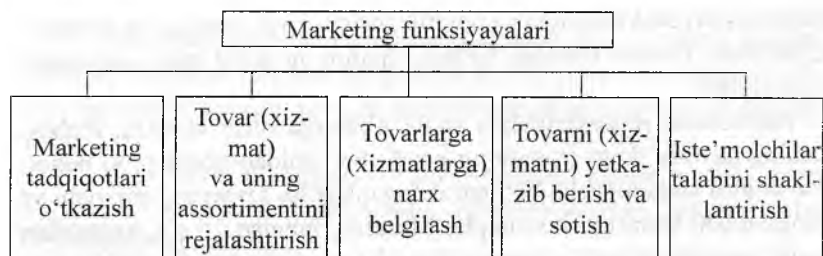
- foydani ta'minlash va oshirish;
- farqiy ustunlikni ta'minlash, ya'ni o'z mahsulotining raqiblarga nisbatan afzallik tomonlarini ko'rsatish va iste'molchilarni ularga ishontrirish.

Tadbirkorning bozordagi mavqeyi uning mahsuloti to'g'risida bozorda, ya'ni iste'molchilarda shakllangan tasavvurga bog'liq. Bu tasavvur (siymo)ning qanchalik mustahkam va ko'proq iste'molchilarda shakllanishi mahsulotni ko'proq sotib, kattaroq foyda olishga yordam beradi. Marketing ana shunday siymo shakllantirishga xizmat qiladi. Shuning bilan birga yoki alohida maqsad sifatida marketing oldida mahsulot sotish va foydani oshirish maqsadlari ham qo'yilishi mumkin. U holda marketingning ana shu maqsadlarga erishishni ta'minlaydigan vositalari va usullari qo'llaniladi. Bozorda bir hil, o'xshash tovarlar, xizmatlar ko'p bo'lib, ular turli tadbirkorlar tomonidan taqdim etiladi va kuchli raqobat muhitini shakllantiradi. Bunday holda tadbirkor o'z tovarini boshqa aynan shunday yoki o'xshash tovarlardan farqlaydigan, ajratib qo'yadigan ustunlik tomonlarini namoyish eta olsa, u muvaffaqiyatga erisha oladi. Shunday ishlarni rejalashtirish va amalga oshirish marketing maqsadlaridan biri bo'lib hisoblanadi.

Bundan tashqari, marketingning alohida, aniq maqsadlari bo'ladi: aniq bozorga kirish, aniq tovar (xizmat) bozorini yoki uning aniq segmentini egallash, tadbirkor (mahsulot) ning bozor ulushini oshirish, bozorni kengaytirish, tashqi bozorga chiqish, tovar (xizmat) ni bozorda taqdim etish va hokazolar. Shunday qilib, tadbirkorlik faoliyati xususiyatlari va bosqichlari, tadbirkorning maqsadi, ishlab chiqarish va bozor imkoniyatlari, ichki va tashqi muhitdagi vaziyat va boshqa omillarga bog'liq holda marketing oldida turli maqsadlar, hattoki birdaniga bir necha maqsadlar ham qo'yilishi mumkin.

11. 2. MARKETING FUNKSIYALARI VA TADBIRKORLIKDA ULARNI AMALGA OSHIRISH

Marketing faoliyatining mazmun-mohiyati va tarkibi u bajaradigan funksiyalarda namoyon bo'ladi. Marketing funksiyalari – marketing faoliyatining alohida yo'nalishlaridir. Ular quyidagilardan iborat (11. 3- chizma).



11. 3- chizma. Marketing asosiy funksiyalari.

Marketing tadqiqotlari – bu doimiy asosda va muntazam ravishda marketing axborotlarini to'plash, qayta ishlash, tahlil qilish va shu asosda xulosalar va tavsiyalar shakllantirishdir. Marketing tadqiqotlari quyidagi elementlardan iborat:

1) marketing faoliyati uchun zarur axborot:

a) prognozli – tahliliy axborot – muammoni qo'yish, joriy axborot, muammoning yechimi (muammoni yechishga yondashish);

b) qiyosiy tahlil uchun nazorat ko'rsatkichlari;

2) tadqiqot obyektlari: tovar, xizmat, uning narxi, tovarning o'rami va bezatilishi, bozor, raqobat va raqiblar, iste'molchilar, xaridorlar, tovar harakati, savdo-sotiq tizimi, tashqi muhit, aloqalar va hokazo;

3) tadqiqot jarayoni va uning bosqichlari: muammoning qo'yilishi, ichki axborotni tahlil qilish, chop etilgan ma'lumotlarni tahlil qilish, mutaxassislar (bilimdonlar)dan kerakli maslahatlarni olish, ekspertlarni so'rov qilish, maxsus kuzatuvlar o'tkazish, to'plangan axborotni qayta ishlash va tahlil qilish;

4) xulosalar va tavsiyalar shakllantirish, ularni baholash va rahbariyatga taqdim etish.

Marketing funksiyalaridan ikkinchisi tovar (xizmat) va uning assortimentini rejalashtirish bo'lib, bozor munosabatlarida muhim rol o'ynaydi. Chunki tovar (xizmat) bozor munosabatlarining asosiy obyekti, ishlab chiqaruvchiga ham, iste'molchiga ham naf keltiradigan asosiy narsa hisoblanadi. Har bir tadbirkorning aniq tovar siyosati bo'lishi lozim. Tovlar siyosati – iste'molchilar ehtiyojlari, talab-istaklari, didlari, tasavvurlariga mos keladigan va raqobatbardosh tovar (xizmat) yaratish va ishlab chiqarish, uning assortimentini (turlari, variantlari

majmuasini) shakllantirish va boyitib borish, tovar markasi va o'ramini ta'minlash, tovarni bozorga kiritish, taqdim va taklif etish jarayonlari majmuyidir.

Mahsulotni rejalashtirishda shuni e'tiborga olish kerakki, mahsulotning hayotiy davri (tovarning paydo bo'lishidan boshlab, to bozordan chiqib ketganigacha bo'lgan davr) qisqarib, tovarning eskirishi va yangilanishi tezlashib bormoqda. Masalan, bundan 15 yil muqaddam yangi televizorni joriy etishga (yaratishdan asosiy ishlab chiqarishgacha) 3 yil ketgan bo'lsa, hozir esa bu davr Yaponiyada 3 – 4 oyni tashkil etadi, xolos. Shuning uchun tadbirkor (firma) birgina tovar bilan cheklanib qolmay, uni yanglash, assortimentini takomillashtirish, boshqa tovarlarni o'zlashtirishni ham rejalashtirib borishi kerak. Har bir tovar bugungi ehtiyojga emas, balki keyinroq yuz beradigan ommaviy sotish davri ehtiyojiga mo'ljallanishi lozim. Frantsuz mutaxassislarining fikrlaricha, firma tovarlari quyidagi tarkibda va nisbatda bo'lgani ma'qul:

- asosiy tovar (xizmat) – 50 – 60 foiz;
- tajribada sinab ko'rilayotgan tovarlar – 0,5 – 15 foiz;
- bozorda sinovdan o'tgan tovarlar – 10 – 15 foiz;
- talab pasayib borayotgan tovarlar – 10 – 20 foiz.

Bozor tovarlarni haqiqiy sinovdan o'tkazadi va saralaydi. Natijada bozorga kiritilgan 10 xil tovardan 8 tasi bozordan chiqib ketadi. Buning asosiy sabablari quyidagilar hisoblanadi:

- ehtiyojning noto'g'ri aniqlanishi – 45 foiz;
- reklama va so'rovning yetarli emasligi – 25 foiz;
- narxning oshirib yuborilishi – 20 foiz;
- raqiblar qarshiligi – 17 foiz;
- bozorga kirish vaqtining noto'g'ri tanlanishi – 14 foiz;
- ishlab chiqarish muammolarining to'la hal etilmaganligi – 12 foiz.

Marketingning uchinchi funksiyasi mahsulotga narx belglash hisoblanadi. Tadbirkor (firma) ishlab chiqargan mahsulotiga shunday narx belgilashi kerakki, u tovar va uning sifatiga to'la mos kelsin, xaridorlarni jalb etib, yetarli darajada foydani ta'minlasin. Bunday narx belgilash uchun tadbirkor (korxonada mutaxassislari) narxga ta'sir etuvchi va uni shakllantiruvchi omillarni yaxshi bilishi kerak. Narxni shakllantirishda ko'pgina omillar ishtirok etadi va ulardan asosiylari quyida keltiriladi:

1) iste'molchilar – ularning iqtisodiy ahvoli, daromadlari, to'lov qobiliyati, narxga munosabatlari, talabning narxdan qayishqoqligi;

2) hukumat organlari – hukumat organlarining narxlarni nazorat qilishi, ayrim sohalarda narx chegaralari qo'yishi, monopoliyaga va inflyatsiyaga qarshi siyosati, narx belgilashda bevosita va bilvosita ishtirok etishi;

3) tovar harakati xarakteri – tovar harakati kanali (yo'li), uning pog'onalari, murakkabligi, uzunligi, vositachilar soni, ishtirokchilar o'rtasidagi munosabatlar;

4) raqobat – raqiblarning soni, narx strategiyalari, mahsulotlarining sifati bilan narxining o'zaro mutanosibligi, taxmin qilinadigan javob harakatlari;

5) xarajatlar – o'zgaruvchi xarajatlar, doimiy xarajatlar, tannarx, narxga qo'shiladigan soliqlar.

Bundan tashqari, narx belgilashda tadbirkor (korxon) ning maqsadi muhim rol o'ynaydi. Narx belgilash maqsadlari quyidagilar:

- sotish – mahsulot sotish hajmini va bozor ulushni oshirish;
- barqarorlik – osoyishtalik, muvozanat, qulay muhit yaratish va uni saqlab turish;
- foyda – qoniqarli foyda olish, foydani oshirish, investitsiya daromadini (samaradorligini) ta'minlash, naqd pulni tezroq olish.

Aniq tovar (xizmat)ga narx belgilashga muayyan vaziyatga mos maqsad aniqlanadi va unga erishishni ta'minlaydigan narx darajasi yoki diapazoni belgilanadi. Boshqacha aytganda, narx belgilash maqsadiga muvofiq narx strategiyasi tanlanadi va ro'yobga chiqariladi.

Marketing faoliyatining to'rtinchi yo'nalishi (funktsiyasi) ishlab chiqarilgan mahsulotni yetkazib berish va sotish hisoblanadi. Mahsulot (tovar, xizmat, ish) iste'molchi, xaridorga yetib borgandagina u iste'molga tayyor bo'ladi. Bu jarayon ham murakkab bo'lib, unga mahsulotni ishlab chiqargan tadbirkordan tashqari bir yoki bir necha vositachi, transport va boshqa korxonalar ham ishtirok etishlari mumkin. Mazkur funksiya quyidagi jarayonlarni o'z ichiga oladi:

- tovar harakati kanali (yo'li) ni aniqlash va tanlash;
- vositachi hamkorlarni aniqlash va tanlash;
- transport turi va vositalarini aniqlash;
- tovarning yetkazib berish hajmi va davriyligini aniqlash;
- tovar zaxiralarini saqlash joyi va tartibini aniqlash;
- tovarni sotish usullari va tartib-qoidalarini aniqlash;
- tovar harakati har bir ishtirokchisining vazifasini belgilash;

- ishtirokchilar o‘rtasida o‘zaro shartnomalar tuzish;
- tovarlarni jismoniy harakatini uyushtirish;
- bevosita tovar sotish jarayoni;
- xaridorlarga turli xizmatlar ko‘rsatish.

Bu sohadagi asosiy vazifa ishlab chiqarilgan mahsulotni tez va kam xarajatlar bilan iste‘molchilarga yetkazib berish hisoblanadi.

Marketing funksiyalaridan iste‘molchilar talabini shakllantirish marketing tizimida katta o‘rin egallaydi. Talabni shakllantirish bir qator jarayonlarda bir necha ko‘rinishlarda amalga oshiriladi: yangi mahsulotga talab paydo qilish, yashirin talabni yuzaga chiqarish, talabni kuchaytirish, talabni o‘zgartirish, talabni moslashtirish va boshqalar. Talabni shakllantirishning asosiy maqsadi iste‘molchilarni tovarga jalb qilish, talab-istaklarini kengaytirish, taklif etilayotgan aynan shu tovarni sotib olishga ko‘ndirish va oqibatda tovarni ko‘proq va tezroq sotish hisoblanadi. Bu iste‘molchilarga marketing vositalari va usullari yordamida ta‘sir etish orqali amalga oshiriladi. Iste‘molchilar talabini shakllantirishga reklama, taqdimot marosimlari, ko‘rgazmalar, ko‘rgazma-savdolar, yarmarkalar, uchrashuvlar, suhbatlar, ommaviy axborot vositalarida targ‘ibot, xaridorlarni rag‘batlantirish, ular bilan aloqani saqlab qolish, mahsulotni shaxsiy sotish va boshqa marketing vositalari va usullari xizmat qiladi.

Iste‘molchilar va ularning talab-istaklarini chuqurroq o‘rganishga marketing usullaridan bozorni segmentlash keng qo‘llaniladi. Bozorni segmentlash deganda bozorni muhim belgilari asosida alohida qismlarga, bo‘laklarga, ya‘ni segmentlarga bo‘lish tushiniladi. Bozor turli-tuman ehtiyojlarga ega bo‘lgan har xil iste‘molchilar, xaridorlardan iborat bo‘ladi. Har bir tadbirkor, korxonalar ular orasidan o‘z mahsuloti iste‘molchilarini ajratib olib, ularni yaxshiroq o‘rganishi ma‘qul. Bu ishlarda bozorni segmentlash yordam beradi.

Bozorni segmentlash alohida tadbirkorlar va yirik bo‘lmagan korxonalariga o‘zlarining tovarlari va imkoniyatlariga muvofiq kichikroq bozor segmentini tanlab olib, butun kuch-g‘ayratini unga yo‘naltirish imkonini beradi. Bozorni segmentlashda asosiy maqsad mahsulot sotishni maksimalashtirish emas, balki xarajatlarni yaxshiroq boshqarish tufayli samaradorlikni oshirish va segmentda iste‘molchining ko‘proq qismini jalb etish hisoblanadi. Bozorni segmentlash yalpi daromadni emas, balki mahsulot birligiga to‘g‘ri keladigan foydani maksimalashtirishga olib keladi.

Bozorni segmentlashni to'g'ri amalga oshirish tadbirkor (korxon) ning raqobatda muvaffaqiyatini belgilaydi, lekin bu ishni to'g'ri bajarish segmentlash obyektlari, mezonlari, belgilarini yaxshi bilishni taqozo etadi. Bozorni segmentlash obyektlari iste'molchilar, tovar (xizmat), korxon hisoblanadi. Segmentlash mezoni segment tanlashning asoslanganligini baholashga, belgilari esa segmentlarni ajratishga xizmat qiladi. Har bir tadbirkor (korxon) uchun eng muhimi bozorni segmentlash obyektlari, mezonlari, belgilaridan qaysilari bugun, qaysilari esa kelajakda uning mahsulotini yaxshi sotishi uchun zarurligini aniqlab olishdir.

Bozorni iste'molchilar guruhlarini, mahsulot belgilari va raqobat asosida segmentlash mumkin. Birinchi holda iste'molchilar muhim belgilari bo'yicha guruhlariga ajratiladi. Bunday belgilar quyidagilar bo'lishi mumkin:

1) demografik belgilari – yoshi, jinsi, oilaviy ahvoli, oila razmeri, ma'lumoti, kasbi, daromadi, diniy e'tiqodi;

2) geografik belgilari: yashash joyi, aholi soni, zichligi, harakati, mintaqaning geografik o'rni, iqlimi, transport aloqalari;

3) psixologik belgilari: xarakteri, temperamenti, turmush tarzi, boshqa shaxsiy xislatlari;

4) tovar (ish, xizmat) ga munosabati: tovar (ish, xizmat) ga muhtojligi, uni olishdan maqsadi, undan kutadigan naf va boshqalar.

Bozorni mahsulot belgilari bo'yicha segmentlash tovarning sifati, narxi, modeli, markasi va boshqa ko'rsatkichlariga asoslanadi. Segmentlash va segmentlarni tanlashda raqobat darajasi ham asos bo'lishi mumkin.

Ma'lumki, har bir tadbirkor, korxonaning asosiy maqsadi mahsulotni ko'proq va tezroq sotish hisoblanadi. Buning uchun u iste'molchilarni o'z mahsulotiga jalb qilishga, ya'ni ular mahsulot bilan qiziqishlari, tanishishlari va sotib olishlariga erishishi kerak bo'ladi. Demak, iste'molchilarga shunday kuchli vositalar yordamida shunday ta'sir qilish kerakki, ular tadbirkor istaganday harakat qilsinlar. Iste'molchilarga ana shunday ta'sir etuvchi kuchlar marketing vositalaridir. Iste'molchilarga ta'sir etib, ularni istalganday harakatlar qilishga ko'ndirishga xizmat qiluvchi marketing vositalari to'plami marketing majmuasini tashkil qiladi.

Marketing majmuasiga tadbirkor mahsulotiga bo'lgan talabga ta'sir etishi mumkin bo'lgan barcha marketing vositalari kiradi. Ularning hammasi quyidagi to'rt guruhga birlashtiriladi:

1. Tovar: tovarning turi, modeli, varianti, ko'rinishi, shakli, bezatilishi, markasi, o'rami, sifati, kimga mo'ljallanganligi, bozorda mavqe, nafli.

2. Narx: narx darajasi, diapazoni, tovarning sifati va mavqeyiga mosligi, iste'molchilar xarid qobiliyatiga to'g'ri kelishi, egiluvchanligi, narx ustamolari chegirmalari va boshqa imtiyozlari.

3. Tovarni yetkazib berish va sotish usullari: tovarni yetkazib berish joyi, vaqti, miqdori, davriyligining iste'molchilarga qulayligi, sifatning saqlanishi, bevosita ishlab chiqaruvchidan olish imkoniyatlari, tovar bilan tanishish, uni tanlash, sotib olish, hisob-kitoblar qulayligi, xaridni qaytarib olish youi almashtirib berish imkoniyatlari, xaridorlarga xizmatlar ko'rsatish.

4. Mahsulot sotishni rag'batlantirish va talabni shakllantirish vositalari va usullari: reklama vositalari va usullari, ommaviy axborot vositalarida targ'ibot, xaridorni rag'batlantirish usullari, tovarlarni shaxsiy (individual) sotish usullari.

11. 3. TADBIRKORNING MARKETING STRATEGIYASI VA TAKTIKASI

Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda tadbirkorlik strategiyasining xususiy bir ko'rinishi bo'lgan marketing strategiyasi muhim rol o'ynaydi. Marketing strategiyasi – bu mo'ljallangan iste'molchilarni jalb qilish va ularning ehtiyojini qondirish hamda tadbirkorning o'z maqsadiga erishishi uchun marketing vositalari, usullari, tadbirlarini o'zaro samarali uyg'unlashtirib bog'lash va qo'llash tartibidir. Boshqacha aytganda, tadbirkorning marketing vositalari, usullari, tadbirlarining muayyan vaziyat va muhitda maqsadga erishishni maksimal darajada ta'minlaydigan variantlarini aniqlash, tanlash va ularni o'zaro mukammal uyg'unlashtirib qo'llash tartibi marketing strategiyasi hisoblanadi. Marketing strategiyasining mazmuni quyidagi masalalarni yoritishdan iborat bo'ladi:

– qanday tovar (xizmat) iste'molchilar talab-istaklarini yaxshiroq qondira oladi?

– uni qanday assortimentda, variantlarda taklif etish kerak?

– mazkur tovar raqiblarning shunga o'xshash tovarlaridan nima bilan farq qiladi?

– iste'molchilar kimlar va ularni tovarning (xizmatning) aynan qaysi jihatlari ko'proq qiziqtiradi?

– iste'molchilarni tovarga (xizmatga) qanday jalb qilish mumkin?

– tovar (xizmat) bozorga qachon va qanday narxda chiqariladi?

– tovar (xizmat) iste'molchilarga qay tarzda yetkazib beriladi va sotiladi?

– tovarni belgilangan miqdorda sotish uchun qanday shart-sharoitlar yaratish zarur?

– reklama va savdo-sotiqni rag'batlantirishning qaysi usullari mo'ljallangan natijani ta'minlaydi?

– tovarning bozorga kirishiga raqiblar qanday munosabat bildirishlari mumkin?

– bozorda talab, narx, raqobat o'zgartirganda nima qilish kerak va hokazo?

Tadbirkorning umumiy marketing strategiyasi xususiy va alohida strategiyalarning yaxlit mantiqiy tizimi sifatida tuziladi. U har bir alohida strategiyalarning aniq variantlaridan tashkil topgan xususiy strategiyalarni o'zida mujassamlashtiradi (11. 4- chizmaga qarang):

– tadbirkorning bozor strategiyasi: bozorga kirish, bozorni egallash, bozorni modifikatsiya qilish, bozor ulushini ko'tarish, bozordagi mavqeyini saqlash, bozorning qaymog'ini terish, tashqi bozorga chiqish strategiyalari;

– tadbirkorning tovar strategiyasi: tovarning sifati, assortimenti, variantlari, markasi, bezatilishi, o'rami, raqobatbardoshligi va hayotiy davri, uni quvvatlash va modifikatsiya qilish, tovar diversifikatsiyasi bo'yicha strategiyalar;

– tadbirkorning narx strategiyasi: xarajatlarga, talabga, raqobatga, maqsadga asoslangan narx strategiyalari;

– tadbirkorning tovarni iste'molchilarga yetkazib berish va sotish strategiyasi: bevosita, bir yoki ikki bo'g'inli kanal orqali, ko'p kanalli yetkazib berish, buyurtmalar bilan ishlash, tovar zaxiralarini joylashtirish va boshqarish, umumiy tartibda chakana sotish, intensiv, selektiv, ekskluziv sotish strategiyalari;

– tadbirkorning iste'molchilar talabini shakllantirish strategiyasi: reklama, targ'ibot, savdo-sotiqni rag'batlantirish, shaxsiy sotish strategiyalari;

– tadbirkorning marketing budjeti strategiyasi: qoldiqqa, mo'ljallangan foydaga, foydani optimallashtirishga, vazifalarga asoslangan budjet strategiyalari.

Shuni ta'kidlash lozimki, marketing strategiyasini ishlab chiqish bir qator marketing qarorlari qabul qilishni taqozo etadi. Ular quyidagilardan iborat:

- maqsadga muvofiq bozorni aniqlash, tanlash, baholash;
- bozorga kirish usullarini aniqlash, tanlash, mukammallashtirish;
- marketing vositalari, usullari, tadbirlarining eng maqbul variantlarini aniqlash va tanlash;
- bozorga kirish vaqtini aniqlash, tanlash, belgilash;
- boshqaruvni qo'yilgan maqsadga muvofiqlashtirish.

Tayyorlangan va qabul qilingan marketing strategiyasini ro'yobga chiqarish uchun uni aniq harakatlar, operatsiyalar, ishlar dasturiga aylantirish, ya'ni marketing taktikasini ishlab chiqish zarur bo'ladi. Marketing taktikasi – bu marketing strategiyasini amalga oshirish uchun bajariladigan aniq harakatlar, ishlar dasturidir. Mazkur dastur quyidagilardan iborat bo'ladi:

- marketing strategiyasining har bir qismi, elementi, bosqichini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan aniq harakatlar, ishlar majmuyi;
- har bir ish, harakatning bajarish muddati;
- har bir ish, harakatni ijro etuvchi mas'ul xodim;
- belgilangan ishlar, harakatlarni bajarish uchun kerak bo'ladigan sarf-xarajatlar.

Xulosa qilib aytganda, tadbirkorlik – biror ijtimoiy-iqtisodiy maqsadga erishish uchun tegishli faoliyatni yo'lga qo'yish va olib borish bo'lsa, marketing shu faoliyatni bozor iqtisodiyoti obyektiv qonunlariga muvofiq tashkil etish va amalga oshirish samarali uslubiyotidir. Tadbirkorlik faoliyatini marketing konsepsiyasi asosida uyushtirish va amalga oshirish uning muvaffaqiyati va istiqbolini ta'minlovchi yondashuv hisoblanadi.

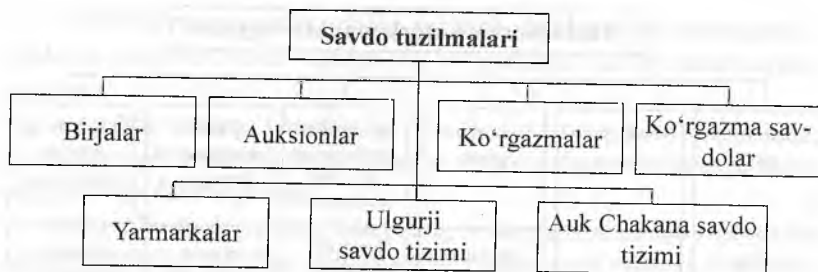
Tadbirkorning marketing strategiyasi

Bozor strategiyasi	Tovar strategiyasi	Narx strategiyasi	Tovarni yetkazib berish va sotish strategiyasi	Talabni shakllantirish strategiyasi	Marketingning byutjeti strategiyasi
– bozorga kirish strategiyasi. – bozorni egallash strategiyasi – bozorni modifikatsiya qilish strategiyasi – bozor ulushini ko'tarish strategiyasi – bozordagi mavqeyini saqlash strategiyasi – bozorni qaymog'ini terish strategiyasi – tashqi bozorga chiqish strategiyasi	– tovarning sifati va raqobatbardoshligini ko'tarish strategiyasi. – tovarning assortimenti, variantlari, markasi, bezatilishi, o'rami, hayotiy davri bo'yicha strategiyasi. – tovarni quvvatlash strategiyasi. – tovarni modifikatsiya qilish strategiyasi. – tovar diversifikatsiyasi strategiyasi	– xarajatlarga asoslangan strategiya – talabga asoslangan strategiya – raqobatga asoslangan strategiya – maqsadga asoslangan strategiya	– bevosita kanalstrategiyasi – bir bo'g'inli kanal strategiyasi – ko'p kanalli strategiyasi – buyurtmalar bilan ishlash strategiyasi – zaxiralarni boshqarish strategiyasi – chakana savdo strategiyasi – intensiv sotish strategiyasi – selektiv sotish strategiyasi – eksklyuziv sotish strategiyasi	– reklama strategiyalari – targ'ibot strategiyasi – savdo sotiqli rag'batlantirish strategiyasi – saxsiy sotish strategiyasi	– qoldiqqa asoslangan strategiya – mo'ljallangan foydaga asoslangan strategiya – foydani optimallashtirishga asoslangan strategiya – vazifalarga asoslangan strategiya

11. 4- chizma. Tadbirkor marketing strategiyasining tarkibi.

11. 4. TADBIRKORLIKDA SAVDO TUZILMALARINING ROLI

Tadbirkorlik faoliyatini xomashyo, materiallar, boshqa ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlashda va xo'jalik subyektlari ishlab chiqarigan mahsulotlarni sotishda bozor infratuzilmasining tarkibiy qismi hisoblangan birjalar, auksionlar, tanlovlar, tenderlar, yarmarkalar, ko'rgazmalar katta rol o'ynaydi. Savdo tuzilmalari tarkibi 11. 5- chizmada keltirilgan.



11. 5- chizma. Asosiy savdo tuzilmalari.

Ulgurji va birja savdosining asosiy vazifasi – ulgurji savdo bozorining ishonchli amal qilishi hamda talab bilan taklifning raqobatli o‘zaro mosligini ta’minlashdir. Birja ma’lum joyda va vaqtda belgilab qo‘yilgan qoidalar asosida oshkora savdo o‘tzkash yo‘li bilan erkin ulgurji savdoni uyushtirish uchun zarur shart-sharoit yaratadigan yuridik shaxsdir. Birja faoliyati talab va taklifning amaldagi nisbatini aniqlash va uni hisobga olgan holda narxlarni shakllantirish asosida birja tovarlarining ulgurji bozorini tashkil etish va amalga oshirishga yo‘naltirilgan harakatlar majmuyidir. Birjalarning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- 1) birja savdosini o‘tkazish uchun zarur shart-sharoitlar yaratish;
- 2) birja savdosi va operatsiyalarini tartibga solish;
- 3) tovarlarga talab va taklif nisbati asosida narxlar kotirovkasini amalga oshirish;
- 4) birja a‘zolari va ishtirokchilariga tashkiliy, texnikaviy, maslahat va boshqa xizmatlar ko‘rsatish;
- 5) muntazam ravishda narxlar kotirovkasi va indeksi, savdo vaqti, tovarlar assortimenti, kontraktlar miqdori, bitimlar hajmi, tovar bozorlarining holati va istiqbollari hamda boshqa ko‘rsatkichlar haqida tahliliy axborotlar e‘lon qilib borish.

Shuni ta’kidlab o‘tish lozimki, birjaning o‘zi hech narsa sotmaydi va sotib olmaydi, balki birja tovarlari bilan ulgurji savdo o‘tkazish uchun qoidalar ishlab chiqadi va shart-sharoitlar yaratib beradi. Birja avvalo savdo zali bo‘lib, unda brokerlar tovarlar oldi-sotdisi uchun mijozlar buyurtmalarini bajaradilar. Bundan, tashqari, birjalar foyda ko‘rmaydigan uyushma bo‘lib, ularning daromadi (foydasi) birja

a'zolarining kirish va a'zolik badallari, bitim solig'i, birja zalidagi o'rinlarni sotish va boshqalar hisobidan shakllanadi.

O'zbekistonda bir qancha birjalar tuzilgan va amal qilib kelmoqda. Respublikada birinchilardan bo'lib tuzilgan birja – bu O'zbekiston Respublikasi tovar-xomashyo birjasidir (O'RTXB). U ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyati ko'rinishida ta'sis etilgan va 1994- yil 8- aprelda ro'yxatdan o'tgan. Mazkur birja, asosan, moddiy-texnika resurslarining muhim turlari: paxta tolasi, lint, chigit sheluxasi, qora metall prokati, rangli metallar, benzin, dizel yoqilg'isi, mazut, o'simlik yog'i va boshqa tovarlar bo'yicha birja savdosini amalga oshiradi. Bu resurslarning 97 foizi shu birja orqali sotiladi. 2004- yili tovar xomashyo birjasida bir sekundda o'n minglab operatsiyalarni amalga oshirish imkonini beradigan yangi elektron savdo tizimi yo'lga qo'yilgan. Hozirgi kunda ushbu tovar-xomashyo birjasiga birja bozorining 80 foizidan ortig'i, respublika ulgurji tovar aylanmasining 18 foizidan ortig'i to'g'ri keladi.

O'RTXB tadbirkorlik subyektlari bilan ishlashga katta ahamiyat beradi. Birjadagi shartnomalarning 60 foizidan ortig'i tadbirkorlik subyektlari bilan tuziladi. Birja savdolarida qatnashish hisobiga vujudga keladigan keng imkoniyatlarni birinchi bo'lib xususiy tadbirkorlar to'g'ri baholadilar. Tadbirkorlik subyektlarining anchagina qismi uchun birja savdolari moddi-texnik ta'minoti va ishlab chiqargan mahsulotlarini sotishning asosiy vositasi bo'lib qoldi. Elektron savdolar sharofati bilan tadbirkorlar o'z mahsulotlarni dunyoning 40 dan ortiq mamlakatlari bilan sotishga erishmoqdalar. Bunda birja ishlab chiqaruvchilarning xohishlariga ko'ra birja shartnomalari bo'yicha tomonlarning o'z majburiyatlarini bajarishlariga kafolat sifatida ham qatnashib kelmoqda.

Birjada qo'llaniladigan asosiy texnologiyalar:

– birja elektron savdo tizimi (savdo asboblari bilan shartnomalar tuzish, talabnomalar yig'ish va ularni qondirishning avtomatlashtirilgan elektron savdo tizimi);

-- ko'rgazma-yarmarka savdosining elektron savdo tizimi;

– masofadan kirish holatida elektron savdo tizimi.

O'RTXBning sho'ba korxonalari va unga qarashli korxonalar:

– Birjaservismarkaz "OAJ" (O'zbekistonning yirik logistik kompaniyasi);

– "O'zauksionsavdo" SHK (asosiy faoliyat turi – auksion savdolarini tashkil etish);

– “Elektron birja savdolari Markazi” (asosiy faoliyat turi elektron savdolarni ta’minlash);

– Birjaning barcha viloyatlarda 12 ta filiali (ularning asosiy faoliyat turi – hududiy birja markazlarida korxonalarining elektron savdolarida qatnashishlarini ta’minlash).

Tadbirkorlik uchun muhim bo’lgan birjalardan yana biri Respublika ko’p tarmoqli agrosanoat birjasi (RKTASB) hisoblanadi. Uning asosiy ixtisoslashuv yo’nalishi:

1) qishloq xo’jaligi mahsulotlarini va undan qayta ishlangan tovarlarni ichki va tashqi bozorlarda sotish;

2) tadbirkorlar, dehqon va fermer xo’jaliklari, boshqa tovar ishlab chiqaruvchilarni ularga zarur bo’lgan xomashyo, materiallar, texnika, uskunalar, kichik texnologiyalar va iste’mol tovarlari bilan ta’minlash.

Birja amalga oshiradigan operatsiyalar quyidagilar:

– eksportga tovarlarni sotish va sotib olish;

– import bo’yicha tovarlarni sotib olish va sotish (hisob – kliring palatasi orqali faqat so’mda);

– ehtiyojni o’rganish (tovar marketingi);

– ko’chmas mulk bilan operatsiyalar o’tkazish;

– fyuchers, forvard, opsiyon, tolling va tranzit bitimlarini amalga oshirish;

– bojxona, omborxonalar, yuk tashish va reklama xizmatlari;

– narx kotirovkalari bo’yicha ma’lumotlarni e’lon qilish va berish;

– birja faoliyatiga taalluqli maslahatlar olish, respublikada va xorijda tadbirkor-hamkorlarni, tovar, xomashyo, xizmatlarni izlab topishga ko’maklashish;

– birjaning o’z saytlariga va internetdagi boshqa saytlarga o’z tovarlari bo’yicha talab va taklif to’g’risidagi ma’lumotlarni chiqarish (tadbirkorlar tomonidan).

Agrosanoat birjasining hududiy savdo maydonchalari Farg’ona, Buxoro, Termiz, Andijon, Shaxrisabz, Namangan shaharlarida faoliyat ko’rsatmoqda. Lekin boshqa viloyatlardagi tadbirkorlar ham birja savdosida ishtirok etishlari mumkin. Buning uchun ular birjadan brokerlik o’mini sotib olishlari va tegishli ruxsatnoma olishlari kerak.

Agrosanoat birjasi tizimida hisob (kliring) palatasi bo’lib, u birja bitimlari bajarilishi kafolatini ta’minlaydi, import-eksport shartnomasi ishtirokchilari o’rtasidagi hisob-kitoblarini tezkor amalga oshiradi.

Fond birjasi qimmatli qog'ozlar (aksiyalar, obligatsiyalar, veksellar, sertifikatlar va hokazo) bilan savdo qilish uchun uyushgan bozor bo'lib, ularning samarali aylanishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratish, bozor narxlarini aniqlash, narxlar to'g'risida axborotlar tarqatish, boshqa xizmatlar ko'rsatish ishlarini amalga oshiradi. Tadbirkorlik subyektlari qimmatli qog'ozlar sotish va sotib olishni fond birjalari orqali bajaradilar. Fond birjasining asosiy vazifalari quyidagilar:

- 1) doimiy harakatdagi bozorni vujudga keltirish;
- 2) qimmatli qog'ozlarning narxini aniqlash;
- 3) qimmatli qog'ozlar, ularning narxlar va muomala (oldi-sotdi) shartlari haqida axborot tarqatish;
- 4) qimmatli qog'ozlar savdosi qoidalarini ishlab chiqish.

Fond birjasida asosiy savdo qoidalari quyidagilar hisoblanadi:

1. Birjada qimmatli qog'ozlar oldi-sotdisi faqat vositachilar yordamida amalga oshiriladi.
2. Birjada qimmatli qog'ozlarni yetkazib berish shart emas, ularning miqdori va sifatini tasdiqlaydigan sertifikat taqdim etiladi.
3. Qimmatli qog'ozlar har qanday miqdorda emas, balki umumiy qabul qilingan miqdorda (lotlar bilan) sotiladi.
4. Birjada "vara" kotirovka ro'yxatiga kiritilgan qimmatli qog'ozlarga sotiladi. Aksiyadorlarning bunday ro'yxatga kiritish tartibi listing deb ataladi. Listing – qimmatli qog'ozlarni birjada kiritish taomilidir.
5. Birjada narxlar oshkora qo'yiladi, bu haqda zaldagi tablo doimo xabar qilib turadi.

Qimmatli qog'ozlarni saqlash va ro'yxatga olish bo'yicha ixtisoslashgan tashkilot depozitariy bo'lib u quyidagi vazifalarni amalga oshiradi:

- bozorda muomolaga bo'ladigan jami chiqarilgan qimmatli qog'ozlarni hisobga olish;
- aksiyadorlar reyestrlarini yagona-texnologik tartibda yuritish;
- qimmatli qog'ozlar chiqarishni naqdsiz shaklda rasmiylashtirish;
- qimmatli qog'ozlar emissiyasi naqdsiz joylashtirilayotganda ularni soxtalashtirish va yo'qotishdan yuz foiz muhofazalash kafolatini ta'minlash;
- qimmatli qog'ozlarga egalikdan kelib chiqadigan huquqlar (sotish, savdo qilish, garovga qo'yish, meros qilib qoldirish)ni amalga oshirish yuzasidan topshiriqlarni bajarish;

– O‘zbekiston Respublikasi qaramog‘idagi emitentlar tomonidan chiqarilgan yoki chiqarilishi ko‘zda tutilayotgan qimmatli qog‘ozlarni respublika hududida muomalaga kiritish kvotalaridan foydalanishni hisobga olish.

Auksionlar ham tadbirkorlikda ma‘lum o‘rin egallaydi. Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish, asosan, auksion yordamida amalga oshiriladi. Tadbirkorlik subyektlari binolar, inshootlar, texnika, transport vositalari va boshqa mulkni auksion savdosi orqali sotib oladilar.

Tadbirkorlikda tender ham keng o‘rin egallamoqda. Tender tanloving bir ko‘rinishi bo‘lib, qishloq xo‘jaligida yer uchastkasini ijara-ga olib, fermer xo‘jaligi tashkil etmoqchi bo‘lgan talabgorlar, o‘z trans-porti bilan yo‘lovchilar tashishga ishtirok etishni istagan haydovchilar orasidan tegishli talablarga javob beradiganlarini tanlab olishda va boshqa sohalarda keng qo‘llaniladi.

Keyingi paytda respublikada ulgurji savdo tizimi qayta tashkil etilib, bozor iqtisodiyoti talablariga moslashtirilmog‘da. Mazkur tizim ham tadbirkorlik subyektlariga o‘z mahsulotlarini sotish va kerakli tovarlarni xarid qilishga yordam beradi.

Tadbirkorlikda ko‘rgazmalar va yarmarkalarning roli ham ortib bormog‘da. O‘zbekistonda ular, asosan, birjalar tomonidan tashkil etiladi. Yarmarka savdosining birja savdosidan farqi shundaki, tovarlar va xomashyo oldi-sotdisini birjada vositachilar (brokerlar), yarmarkada esa bevosita sotuvchilar va xaridorlarning o‘zlari amalga oshiradilar va buning uchun shartnomalar tuzadilar.

Doimiy yarmarkalarning asosiy vazifalari quyidagilar:

1) doimiy ko‘rgazmalar tashkil etish va ularda shartnomaga ko‘ra sotishga mo‘ljallangan mahsulotlar namunalarini qo‘yish va namoyish etish;

2) ishlab chiqaruvchilar (sotuvchilar) va iste‘molchilar (xaridorlar) ni bir joyga to‘plab, ularning bevosita uchrashuvlari hamda tovarlar va xomashyo oldi-sotdisi bo‘yicha muloqotni yushtirish;

3) tovarlar, xomashyo ishlab chiqarish hajmi va assortimentini rejalashtirish uchun ularga bo‘lgan ehtiyojni batafsil aniqlash;

4) kundalik yarmarka savdosini amalga oshirish (bitimlar tuzish, kontraktlarni rasmiylashtirish va boshqalar);

5) respublikadan tashqariga olib chiqiladigan tovarlar bo'yicha tuzilgan kontraktlar, bitimlarni bojxona organida ro'yxatdan o'tkazish;

6) ishlab chiqaruvchilar bilan savdo tashkilotlari va boshqa iste'molchilar o'rtasida tovarlarni yetkazib berish shartnomalari tuzishni tashkil etish va boshqalar.

Hozirgi paytda O'zbekistonda dunyoda mavqeyi oshib borayotgan xalqaro paxta yarmarkasi har yili bo'lib o'tmoqda. Bundan tashqari, yengil sanoat mahsulotlari yarmarkasi, oziq-ovqat tovarlari yarmarkasi, meva-sabzavotlar yarmarkasi va boshqa yarmarkalar o'tkazib kelinmoqda.

Ko'rgazmalarda tadbirkorlik subyektlari ishlab chiqargan mahsulotlar va ularga kerakli moddiy-texnika vositalari, ayniqsa, ularning yangi turlari namoyish etiladi va targ'ibot qilinadi. Ko'rgazma-savdolar da esa mahsulotlarni namoyish qilish bilan birga ularning savdosi ham tashkil etiladi. 2007- yildan boshlab qishloq xo'jaligi uchun minitexnologiyalar va ixcham uskunalarining xalqaro ko'rgazma-savdosi doimiy amal qilib kelmoqda.

O'zbekistonda ko'rgazmalar va yarmarkalarni o'tkazish uchun maxsus O'zekspomarkaz tashkil etilgan.

11. 5. TADBIRKORLIK VA RAQOBAT

Bozor iqtisodiyoti muhim unsurlaridan, bozor va, umuman, iqtisodiyotni tartibga solib turadigan vositalardan biri raqobat hisoblanadi. Raqobat – bu bir maqsad sari intilayotgan subyektlarning shu maqsadga yaxshiroq erishishga yo'naltirilgan faol musobaqa munosabatlaridir. Raqobat bozor munosabatlarida va tadbirkorlikda katta rol o'ynaydi. Raqobatning iqtisodiyotda o'rni va roli quyidagilarda namoyon bo'ladi:

1) raqobat ishtirokchilari o'rtasida maqsadga erishishning eng yaxshi vositalariga ega bo'lgan va ulardan samarali foydalana olganlarini ro'yobga chiqaradi;

2) raqobat tanlash vositasi sifatida bozor munosabatlari ishtirokchilarini saralash, bozor strukturasi va munosabatlarini takomillashtirishga xizmat qiladi.

3) muayyan vazifani bajarish muqobil yo'llari bilan maqsadga erishish darajasini taqqoslash orqali eng oqilona yo'lini tanlab foydalalanishga yordam beradi;

4) raqobat ishtirokchilari intilayotgan maqsadga erishish yoki mavjud sharoitda unga imkoni boricha yaqinlashishni rag'batlantiradi;

5) raqobat innovatsiyalarni amaliyotga joriy etishga undaydi va natijada iqtisodiyotning rivojlanishini tezlashtiradi;

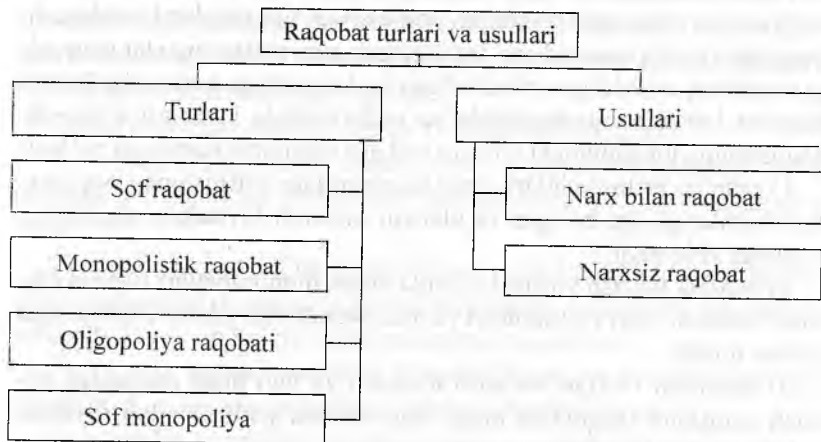
6) raqobat iqtisodiy musobaqa sifatida iqtisodiyotni harakatga keltiradi;

7) raqobat mavjud resurslardan samarali foydalanishni rag'batlantiradi va ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlikni oshirishga yordam beradi.

Raqobatning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati to'g'risida Yaponiya "Soni" kompaniyasi boshlig'i, buyuk tadbirkor Akio Morita shunday degan: "yapon biznesining shuhrati ham, keskir qilchi ham, sanoatimizni harakatlantiruvchi kuch bu o'sha marhamatli eski raqobat hisoblanadi. Raqobat turli tadbirkorlar uchun ularni paydo bo'lishi va keyingi muvaffaqiyatlarini belgilab beradi. Shunday qilib, raqobat jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi muhim omili bo'lib, bir tomondan, tadbirkorlikning rivojlanishiga imkoniyatlar yaratib bersa, ikkinchi tomondan, har bir tadbirkor uning shafqatsiz ta'qibi ostida ishlaydi.

Iqtisodchi mutaxassislar raqobatning quyidagi to'rt turi (tipi, modeli, muhiti)ni ajratadilar (11. 6- chizmaga qarang):

- 1) sof raqobat;
- 2) monopolistik raqobat;
- 3) oligopoliya raqobati;
- 4) sof monopoliya.



11. 6- chizma. Raqobat turlari va usullari.

Sof (mukammal) raqobat bozorga bir xil yoki o'xshash mahsulotlar sotuvchilari ham, xaridorlari ham ko'p bo'lgan tovar bozorida shakllanadi. Bunday sharoitda har qanday alohida sotuvchi bozor narxiga ta'sir etishga o'zlik qiladi va natijada haqiqiy bozor narxlari amal qiladi. Mazkur raqobat muhitida tadbirkorlarning raqobatda ustunligini ta'minlovchi asosiy omillar mahsulot sifati va xizmat ko'rsatish sifati hisoblanadi.

Monopolistik raqobat ustun keladigan sof raqobatning monopol hukmronligi bilan aralashmasi bo'lib, asosan, monopoliyalar o'rtasida amal qiladi. Raqiblar sonining anchagina bo'lishi ularning har biri tomonidan narxlarni nazorat qilish imkoniyatini ma'lum darajada cheklab qo'yadi. Bunday raqobat muhitiga xos narsa sotuvchilar tomonidan tovarlarni tabaqalashtirishga intilishdir. Sotuvchilar bir xil tovar taklif etganda ham har biri tovarning sifati, ko'rinishi, bezatilishi va boshqa tomonlari bilan raqiblarining tovarlaridan farq qiladigan darajaga erishib, o'z iste'molchilariga ega bo'lishga harakat qiladi.

Oligopolya raqobatida bir tarmoqda bir necha korxonalar hukmronlik qilib, har biri bozorning katta qismini nazorat qiladi. Bunday sharoitda korxonalar o'zaro bog'lanib qoladi va birining harakati boshqalariga bevosita ta'sir etadi. Oligopolyada narx bo'yicha yetakchi bo'lishi mumkin. Odatda, u tarmoqdagi eng yirik, eng samarali korxonalar bo'ladi. Yetakchi korxonalar narxni o'zgartirsa, boshqalari ham o'z narxlarini o'zgartirishga majbur bo'ladi. Bunday bozorda sotuvchilar sof raqobatga nisbatan ancha oz bo'lganligi, bozor esa ular o'rtasida taqsimlab olinganligi tufayli sotuvchilar o'rtasida narx, taklif va savdo-sotiqning boshqa tomonlari bo'yicha o'z manfaatlarini ko'zlab maxfiy til birlashtirish yoki kelishish imkoniyatlari mavjud bo'ladi.

Sof monopoliyada o'rinbosarlari bo'lmagan mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalar yagona sotuvchi hisoblanadi. Bunday bozorda bir tovar sotuvchisi tanho yoki sotuvchilari shu qadar o'z bo'ladi, ularning har biri raqiblari bilan kelishgan holda, narx va taklifga ta'sir etishga qodir bo'ladi. Shunday raqobat muhitiga ega bo'lgan bozor monopollashgan bozor hisoblanadi. Lekin har bir mamlakatda shunday tarmoqlar borki, u yerda monopoliyaga barham berish qiyin bo'lib, ular tabiiy monopoliya tusiga egadir. Mahsulot birligiga to'g'ri keladigan xarajatlarning ishlab chiqarish miqyosiga bog'liqligi yorqin ko'rinib turadigan va tabiiy sharoitlarga ko'ra raqobatning bo'lishi qiyin yoki

uni qo'llab bo'lmaydigan tarmoqlar tabiiy monopoliyalar deb ataladi. O'zbekistonda tabiiy monopoliyalarga elektr energiyasi, gaz ishlab chiqarish va yetkazib berish, havo va temir yo'l transporti va ayrim boshqa tarmoqlar kiradi. Ularning faoliyati davlat tomonidan nazorat qilib boriladi.

Shuni ta'kidlash joizki, biror bozorda ham raqobatning turi sof holda uchramay, bir necha turlarining u yoki bu darajada aralashmasi namoyon bo'ladi. Haqiqiy bozorda raqobat muhiti "mukammal raqobat – mukammal monopoliya" o'qi bo'ylab to'rt tipi (modeli)dan qaysi biriga yaqinroq kelishiga qarab tovarlar (xizmatlar) sotuvchi-tadbirkorlar raqobatning turli yo'llaridan foydalanadilar. Raqobat usullarini ikki asosiy guruhga bo'lish mumkin:

1. narx bilan raqobat qilish (narxli raqobat) usullari;
2. narxsiz raqobat usullari.

Narx bilan raqobat qilish (narxli raqobat) usullariga quyidagilar kiradi:

- muayyan toifadagi iste'molchilar uchun imtiyozli narxlar qo'llash;
- vaqti va joyiga qarab narxlarni tushirish yoki ko'tarish;
- tovarlar va xizmatlar sifati yaxshilangandan so'ng ham oldingi narxlarni saqlab qolish;
- xaridorlar uchun iste'mol kreditlarining muddatlarini uzaytirish;
- "narxlar jangi";
- demping va boshqalar.

Tadbirkor (korxon) yangi iste'molchilar jalb qilish, mavjud iste'molchilar doirasini kengaytirish, raqiblar iste'molchilarini o'ziga ag'darib olish, o'zi uchun muhimroq bo'lgan iste'molchilarni uzoq saqlab qolish maqsadlarida narxlarini pasaytirib yoki narxlariga chegirmalar qo'llab, raqobatda ma'lum ustunlikka erishishi mumkin. U o'z mintaqaviy bozoriga, boshqa hudud bozorlariga kirib olish paytida narxlarini pasaytirib, bozorda mustahkam o'rnatilib olgandan so'ng esa narxlarini ko'tarib, raqobatni amalga oshirishi ham mumkin. Tadbirkor (korxon) ishlab chiqarayotgan mahsuloti sifatini yaxshilab boradi, lekin iste'molchilari (mijozlari)ning bir qismini yo'qotib qo'ymaslik uchun narxini oshirmay, oldingi darajada saqlab qolishga qaror qiladi. Ishlab chiqaruvchi, sotuvchi tovarlarini kreditga berib, iste'molchilar moyilligini qozonish va kuchaytirish maqsadida kreditni qaytarish

yoki foizini undirish muddatini uzaytirishi yoki kechiktirishi mumkin. Bunday holda ham tadbirkor (korxon) o'zining bozordagi va raqobatdagi maqomini mustahkamlab olishga erishadi.

Raqobatning eng oson, lekin eng qo'pol va raqiblarni tez holdan to'ydiradigan usuli – bu “narxlar jangi” hisoblanadi. Bunda yirik ishlab chiqaruvchilar raqiblarini tarmoqdan hamda o'zlari uchun yangi bo'lgan mamlakatlarda boshqa xorijiy va mahalliy ishlab chiqaruvchilarni bozordan siqib chiqarish maqsadida narxlarini vaqti-vaqti bilan yoki uzoq muddatga pasaytirib turadilar. Ularning raqiblari ham narxlarini tushirib, qarshi kurashga o'tishlari mumkin. Yirik ishlab chiqaruvchi esa bunga narxlarini yanada pasaytirish bilan javob qaytaradi. Bunday “narxlar jangi” dempingga ham o'tib, raqiblar holdan toyib, ulardan biri bardosh bera olmay, kurashdan chiqib ketganicha davom etadi. Bu nosog'lom raqobat bo'lib, oxiri-oqibatda bozorning monopol-lashuviga olib kelishi ham mumkin.

Nosog'lom raqobat usullaridan yana biri demping hisoblanadi. Bunda yirik ishlab chiqaruvchilar boshqa mamlakatlar bozorlariga o'z ichki bozorlaridagi narxdan, ayrim hollarda esa hatto tannarxdan ham past narxlarda tovar kiritadilar. Bundan asosiy maqsad o'z ichki bozorida narxlarni saqlab turish, amaldagi narxlarda ichki bozorda sotib bo'lmaydigan ortiqcha mahsulotni yo'qotish hamda yangi bozorlarga kirib olishdir.

Keyingi paytda jahonda narx bilan raqobat qilishdan narxsiz raqobatga o'tish tendensiyasi kuzatilmoqda. Narxsiz raqobat ijtimoiy, ma'naviy, madaniy jihatdan jamiyat uchun maqbul bo'lgan sog'lom raqobat uslubidir. Narxsiz raqobat quyidagi usullar yordamida amalga oshiriladi:

– tovarlarni modifikatsiya qilib va takomillashtirib, sifatini yaxshilab borib va yangilarini o'zlashtirib, raqiblardan o'zib yurish;

– mahsulot yetkazib berish miqdori, maromi, muddati, joyi, sifati va boshqa shartlari bo'yicha iste'molchilar qo'yan talablarini ular kutgan darajada bajarib, iste'molchilarning moyilligiga erishish;

– mahsulot sotishni iste'molchilar uchun eng qulay, maqbul usullar va texnologiya asosida tashkil etib, ularning talabini yaxshiroq qondirib, iste'molchilarni doimiy mijozlarga aylantirish;

– tovarlarni, ayniqsa uzoq muddat ishlatiladigan murakkab uy-ro'zgor texnikasi va ishlab chiqarish vositalarini sotish bilan birga

xaridorlarga sotishdan keyingi xizmatlar ko'rsatishni tashkil etib, iste'molchilar bilan uzoq aloqani saqlab qolish;

– ishlab chiqarish vositalirini takomillashtirib, zamonaviy, samaraliroq tiplarini qo'llab, xarajatlarni kamaytirish yo'li bilan standart sifat va standart narx asosda raqiblarga nisbatan yuqoriroq foyda olishga erishish;

– murakkab texnologik uskunalarni sotib oladigan korxonalar xodimlarining o'qitish-o'rgatish ishlarini tashkil etib, iste'molchilar ehtiyojlarini kompleks qondirishni ta'minlash.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida turli-tuman korxonalarining mavjudligi va ularning o'ziga xos xatti-harakat strategiyalari raqobatning rivojlanishiga olib keladi. Korxonalarining xususiyatlariga qarab ular quyidagi to'rt toifaga bo'linadi¹.

1. Kommutantlar kichik (mayda) korxonalar bo'lib, bir qator afzalliklarga ega bo'lganliklari uchun ham rivojlanib bormoqdalar. Ular ixcham, tez moslashuchan bo'lib, ularni tashqi muhit o'zgarishlariga muvofiq moslashtirish va boshqarish oson kechadi. Bundan tashqari, ular iqtisodiyot tarmoqlari, sohalari, subyektlarini o'zaro bog'lab, yaxlit bir tizimga keltirishga katta hissa qo'shadilar va shuning uchun ham bog'lovchilar (kommutantlar) deb ataladi. Rivojlangan mamlakatlarda ish bilan band aholining to'rtidan biri ana shunday kichik, mayda korxonalariga to'g'ri keladi. Kommutantlarning bozor strategiyasi-yangi paydo bo'layotgan ehtiyojni izlash, unga moslashish va uni qondirish hisoblanadi.

2. Patiyyentlar – katta bo'lmagan, lekin tor ixtisoslashgan korxonalar bo'lib, ular ham ichki, ham tashqi bozorlardagi bo'sh joylarni to'ldirib boradilar. Bunday korxonalar ishlab chiqaradigan mahsulotlar bozori yirik korxonalar uchun torlik qiladi va bu bozordagi ehtiyojni patiyyentlardan boshqa korxonalar qondirmaydi. Shunday tor doiradagi ehtiyojning mavjudligi patiyyentlarning yashashi va rivojlanishini ta'minlaydi. Ularning bozor strategiyasi – alohida, uncha katta bo'lmagan o'ziga xos ehtiyojlarni izlash, topish va qondirishga ixtisoslashishdan iborat.

3. Viloyentlar yirik korxonalar bo'lib, ular ommaviy mahsulotlarning asosiy qismini ishlab chiqaradilar va iste'molchilarning ommaviy ehtiyojlariga mo'ljallanganlar. Rivojlangan iqtisodiyot sharoitida

¹ Chjen V. A va boshqalar. Bozor qonuniyati asoslari. – T., 1996, 161- bet.

yirik korxonalar va monopoliyalar o'z maqsadlariga raqiblarga tazyiq o'tkazish emas, balki iste'molchilar talab-istaklarini hisobga olgan holda ishlab chiqarishni tashkil etish yo'li bilan erishadilar. Ularning barqaror ishlashini ta'minlaydigan asosiy omillar – bu ishlab chiqarishning ulkan hajmi, yuksak standartlashtirilgan mahsulot sifati, xorijga filiallar tarmog'ining mavjudligidir. Bunday yirik korxonalarning bozor strategiyasi kuchsizroq korxonalarni bozordan siqib chiqarish va o'z bozorlarini kengaytirish hisoblanadi.

4. Eksplerentlar – ishlab chiqarish sohasida yangiliklar va ularni amaliyotga joriy etish yoki boshqalarga sotishga mo'ljallangan ixtirochi, kashshof korxonalaridir. Ular ishlab chiqarishning yangi sohalari, turlari, texnologiyalari bilan bog'liq muammolarni hal qilish uchun butun kuch-g'ayratlarini mujassamlashtiradilar va ularni hal etish bilan shug'ullanadilar.

Bozor iqtisodiyoti mexanizmlari muvozanatlashgan va amal qilayotgan, raqobat muhiti rivojlangan, tadbirkorlik uchun barcha imkoniyatlar mavjud bo'lgan sharoitda korxonalarning har bir turi (tipi) o'ziga xos vazifalarni bajarib, o'z o'rnini topadi, raqobat esa shaxsiy, jamoa, ijtimoiy ehtiyojlarni samarali qondirishga xizmat qiladi.

Barcha rivojlangan mamlakatlarda raqobatga ustuvorlik berilishi bilan bir qatorda, monopoliyalarning saqlanib qolishi kuzatiladi. Nafaqat tabiiy monopoliyalar, balki ijtimoiy muhim, lekin ziyon ko'rib ishlaydigan tarmoqlar, korxonalar davlat monopoliyasi hisoblanadi va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanadi. Shuning uchun bozor iqtisodiyoti sharoitida ham monopoliyani inkor etish emas, balki iste'molchilar manfaatlari nuqtayi nazaridan tadbirkorlik va davlat boshqaruvini bozor qonunlariga muvofiq ravishda birgalikda tashkil etish, raqobatni rivojlantirish, monopoliyaga qarshi kurashning noan'anaviy usullaridan foydalanish o'z dolzarbligini saqlab qoladi. Buning uchun davlat tomonidan monopoliyaga qarshi siyosat, qonunlar, dasturlar ishlab chiqiladi va amalga oshiriladi.

Ma'lumki, katta moddiy-moliyaviy resurslarga ega bo'lgan korxonalar o'z raqiblariga, o'zlari bilan shartnoma tuzadigan hamkorlarga o'z iqtisodiy qudrati hisobiga osongina ta'sir etish imkoniyatiga ega. Shu boisdan ham bunday korxonalar faoliyati davlat nazorati ostida bo'ladi. Lekin monopolist bo'lish uchun katta bo'lish shart emas. Jahon tajribasidan ma'lumki monopolistik faoliyatini tartibga solishda asosiy

mezon korxonaning katta-kichikligi emas, balki uning bozordagi hissasi bo‘lib hisoblanadi. Bundan tashqari, har bir mamlakatda o‘zining tabiiy monopolyalari mavjud. Bozor mexanizmini qo‘llash qiyin bo‘lgan tabiiy monopoliyalarda davlat yo‘li bilan tartibga solish davlat boshqaruv organlari tomonidan narxlar va tariflar darajasini, taklif etiladigan mahsulot hajmi va turlari bo‘yicha asosiy ko‘rsatkichlarni belgilash va ularni nazorat qilish orqali amalga oshiriladi. Bir qator mamlakatlarda monopol mavqeyini suiiste‘mol qilgan monopoliyalarni bir necha korxonada shaklida bo‘lib tashlash amaliyoti ham qo‘llaniladi.

Korxonalarining monopollashish darajasi turli mamlakatlarda turlicha baholanadi. Yevropa mamlakatlarining ko‘pchiligida korxonalar muayyan bozorning uchdan bir ($1/3$) qismini egallasa, u monopoliya hisoblanadi. AQShda korxonaning bozor ulushi 15 foizdan oshganda ayrim cheklavlar qo‘llaniladi: ikki korxonadan birortasining bozor ulushi 10 foiz va undan yuqori bo‘lsa, ularning qo‘shilishi taqiqlanadi.

O‘zbekistonda monopoliyaga qarshi qonunchilikka muvofiq korxonalar monopol korxonalar sifatida maxsus davlat reyestriga kiritiladi, qachonki korxonalar ishlab chiqarayotgan mahsulot respublika yoki mahalliy bozorda aniq bir tovar guruhida o‘rindosh yoki bir texnologik maqsadga mo‘ljallangan mahsulotning:

- oziq-ovqat tovarlari bo‘yicha 20 foizi va undan ko‘pini;
- boshqa tovarlar bo‘yicha 35 foizi va undan ko‘pini tashkil etsa.

Raqobatni rivojlantirish uchun monopoliyaga qarshi qonunlar quyidagilarni taqiqlaydi:

- bozordagi ustunlik mavqeyini suiiste‘mol qilish;
- xo‘jalik yurituvchi subyektlar o‘rtasida qonunga xilof bitimlar tuzish (kelishilgan harakatlar qilish);
- raqobatni cheklaydigan tashkiliy qayta qurishlar;
- davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari hamda ularning mansabdor shaxslarining raqobatni cheklashga olib keladigan qarorlari va xatti-harakatlari;
- g‘irrom raqobat.

O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligiga binoan quyidagi harakatlarni g‘irrom raqobat hisoblanadi va ular taqiqlanadi:

- xo‘jalik yurituvchi boshqa subyektlarning mol-mulki va tadbirkorlik nufuziga ziyon yetkazishi mumkin bo‘lgan yolg‘on, noaniq yoki buzib ko‘rsatilgan ma‘lumotlar tarqatish;

– xo‘jalik yurituvchi subyektning tovar belgisi, tovarining firma nomi yoki markasidan o‘zboshimchalik bilan foydalanish;

– boshqa ishlab chiqaruvchilar tovarlarining shakli, idishi, tashqi bezagini aynan ko‘chirib olish;

– ilmiy-texnikaviy, ishlab chiqarish, iqtisodiy, savdo va boshqa soha-ga oid maxfiy axborotni egasining roziligisiz olish, undan foydalanish va uni oshkor qilish;

– tovarlarning xususiyatlari, iste‘mol xossalari, sifati va ularning tayyorlash usuli xususida iste‘molchilarni chalg‘itish;

– xo‘jalik yurituvchi boshqa subyektlarning bozorga kirishiga xa-laqit beradigan harakatlar qilish va boshqalar.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining raqobatni cheklash-ga qaratilgan quyidagi harakatlari ham taqiqlanadi:

– xo‘jalik yurituvchi subyektlarning muayyan faoliyat turlarini amal-ga oshirish, ayrim tovar turlarini ishlab chiqarishni taqiqlab qo‘yish;

– xo‘jalik yurituvchi subyektlarning bozorga kirishini cheklash yoki ularni bozordan chetlashtirish;

– xo‘jalik yurituvchi ayrim subyektlarga ularga raqiblarga nisbatan ustunlik beradigan soliqlar bo‘yicha yoki boshqa imtiyozlar berish;

– shartnomalar tuzishda tomonlardan biriga ustunlik berish yoki muayyan xaridorlar (buyurtmachilar)ga tovarlarni birinchi navbatda yetkazib berish (ishlarni bajarish, xizmatlar ko‘rsatish) to‘g‘risida ko‘rsatma berish;

– tadbirkorlik faoliyatining muayyan sohasida xo‘jalik yurituvchi yangi subyektlar tashkil etishga asossiz to‘sqinlik qilish;

– xo‘jalik yurituvchi subyektlar mustaqilligini cheklovchi qonunga xilof boshqa harakatlar qilish.

Shuningdek, qonunchilikda quyidagi raqobatni cheklashga qaratil-gan bitimlar yoki kelishib olingan harakatlar ham taqiqlanadi va ular haqiqiy emas deb hisoblanadi:

– kimoshdi savdosi, birjalar, yarmarkalar va boshqa savdolarda narxlarni oshirish, ushlab turish yoki pasaytirish;

– bozorlarni tovar turlari, sotish hajmi, sotuvchilar, xaridorlar, buyurtmachilar, hududiy va boshqa belgilar bo‘yicha o‘zaro kelishib, taqsimlab olish;

– muayyan sotuvchilar, xaridorlar, buyurtmachilar bilan shartnoma-lar tuzishdan bosh tortish maqsadida til birlashtirish;

– o‘zaro raqobat qilmaydigan korxonalar ishlab chiqaruvchi, mahsulotni yetkazib beruvchi, iste‘molchi, buyurtmachilar o‘rtasida tuzilgan, lekin pirovard natijada raqobatni cheklaydigan yoki cheklashi mumkin bo‘lgan bitimlar;

– raqobatni jiddiy ravishda cheklaydigan yoki cheklashi mumkin bo‘lgan boshqa harakatlarni amalga oshirish.

Shunday qilib, raqobat tadbirkorlikni bozor iqtisodiyoti obyektiv qonunlariga muvofiq tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirishda muhim o‘rin egallaydi va, aksincha, tadbirkorlik raqobatning rivojlaniishi hamda yuksak madaniy darajada amal qilishida katta rol o‘ynaydi.

QISQACHA XULOSALAR

Har qanday tadbirkor o‘z ishini bozordan boshlab, bozorda yakunlaydi, ya‘ni u bozor talabiga qarab nima ish bilan shug‘ullanishini aniqlaydi, so‘ng o‘ziga kerakli ishlab chiqarish vositalarini sotib oladi va tayyorlagan mahsulotini bozorda sotib, maqsadiga erishadi. Tadbirkorning bozordagi faoliyati marketing faoliyati bo‘lib, uning butun faoliyatining shunchaki tarkibiy qismi emas, balki etakchi qismi hisoblanadi, chunki marketing tadbirkor faoliyatini bozor talabiga muvofiq lashtiradi va bozorga yo‘naltiradi. Tadbirkorning bozordagi vaziyatni aniq bilib, marketing vositalari va usularini unga muvofiq tanlab, tezkorlik bilan samarali qo‘llay olishi muvaffaqiyat garovidir.

Marketing vositalari tovar va uning sifati, assortimenti, narxi, reklama bo‘lsa, usullari bozorni segmentlash, iste‘molchilar aniq guruhi ehtiyojini qondirishga ixtisoslashish, ehtiyojga keng ma‘noda qarash, iste‘molchini ishontirish orqali ko‘ndirish, uning sotib olgan tovardan foydalanish davrida qoniqish hosil qilgani yoki qilmaganini o‘rganish, tovarni (xizmatni) aniq iste‘molchilar talab-istaklariga maksimal moslashtirish va boshqalar.

Tadbirkor bozordagi maqsadiga erishishi uchun marketing strategiyasi tuzishi kerak. Marketing strategiyasi – mo‘ljallangan iste‘molchilarni jalb qilish va ularning ehtiyojini qondirish hamda maqsadga erishish uchun marketing vositalari, usullari, tadbirlarini o‘zaro samarali uyg‘unlashtirib qo‘llash tartibidir. Tadbirkorlik aniq maqsadga erishish

uchun biror ishni yo'lga qo'yish va olib borish bo'lsa, marketing shu ishni bozor qonunlariga muvofiq tashkil etish va amalga oshirish uslubiyoti hisoblanadi.

Tadbirkorlik faoliyatini xomashyo, materiallar va boshqa ishlab chiqarish vositalari, texnologiya bilan ta'minlashda va ishlab chiqarilgan mahsulotni sotishda savdo tuzilmalari – birjalar, auksionlar, yarmarkalar, ko'rgazmalar, ko'rgazma-savdolar, ulgurji va chakana savdo korxonalari muhim rol o'ynaydi. Bozor munosabatlarida ularning roli ortib bormoqda va tadbirkorlar ham ularga tez-tez murojaat qilmoqda.

Bozor mexanizmining muhim elementlaridan biri raqobat bo'lib, u bozor va, umuman, iqtisodiyotni tartibga solib turuvchi vositadir. U iqtisodiy musobaqa sifatida iqtisodiyotni harakatga keltiradi, mahsulot sifatini oshirish, tannarxini esa pasaytirish, samaradorlikni oshirishga undaydi. Shuning uchun O'zbekistonda raqobatni rivojlantirish va qo'lab-quvvatlash siyosati amalga oshirilmoqda.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Marketing, uning mohiyati va ahamiyati.
2. Tadbirkorlikda marketingning o'rni va roli.
3. Marketingning maqsadlari va vazifalari.
4. Marketingning funksiyalari.
5. Marketing funksiyalarini tadbirkorlikda qo'llash.
6. Tadbirkorning marketing strategiyasi va taktikasi.
7. Tadbirkorlikda savdo tuzilmalarining roli.
8. Tadbirkorlikda birjalarning roli.
9. Tadbirkorlikda ko'rgazmalar va yarmarkalarning roli.
10. Tadbirkorlikda raqobatning roli va vazifalari.
11. Raqobatning rivojlanishida tadbirkorlikning roli.
12. Raqobat turlari va ularning amal qilishi.
13. Raqobat usullari va ularning qo'llanilishi.
14. O'zbekistonda raqobatni qo'llab-quvvatlash.
15. O'zbekistonda raqobat amaliyoti.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Marketing – bu...

A) bozor iqtisodiyoti qonuni. B) muayyan iste'molchilar talabini aniqlash va qondirish yo'li bilan foyda olishga yo'naltirilgan faoliyat. D) bozorni ishg'ol qilishga yo'naltirilgan faoliyat. E) iste'molchilarni ko'paytirishga yo'naltirilgan faoliyat. F) bozorga chiqish usuli.

2. Tadbirkorlikda marketingning umumiy maqsadi nima?

A) tadbirkorga hamkorlar izlash. B) iste'molchilarga qanday bo'lmasin mahsulotni sotish. D) iste'molchilar talabini aniqlab va uni yaxshiroq qondirib foyda olish. E) iste'molchilarni qanday bo'lmasin saqlab qolish. F) barcha javoblar to'g'ri.

3. Marketing faoliyati bosqichlarini belgilang.

A) bozorni o'rganish, bozorga chiqish, bozorni egallash. B) iste'molchilarni aniqlash, ularni jalb qilish. D) iste'molchilarni ehtiyoji, talabi, istaklarini aniqlash. E) talabni aniqlash, talabni shakllantirish, talabni qondirish. F) to'g'ri javob yo'q.

4. Marketingning xususiy maqsadi:

A) tadbirkor va uning mahsuloti siymosini shakllantirish. B) mahsulot sotishni ta'minlash va oshirish. D) foydani ta'minlash va oshirish. E) farqiy ustunlikni ta'minlash. F) barcha javoblar to'g'ri.

5. Marketing funksiyasini aniqlang.

A) tovar va uning assortimentini rejalashtirish. B) tadbirkor ishlarini rejalashtirish. D) tadbirkor ehtiyojlarini rejalashtirish. E) hamkorlar bilan aloqa o'rnatish. F) barcha javoblar to'g'ri.

6. Marketing funksiyasi hisoblanadi.

A) tovar va xizmatlarni baholash. B) tovar va xizmatlarni saralash. D) tovar va xizmatlarga narx belgilash. E) tovar va xizmatlarni bezatish. F) to'g'ri javob yo'q.

7. Marketing funksiyasiga kiradi.

A) iste'molchilar guruhlarini. B) iste'molchilar bilan hamkorlik qilish. D)

iste'molchilar huquqlarini himoya qilish. E) iste'molchilarga tovarlarni yetkazib berish va sotish. F) barcha javoblar to'g'ri.

8. Tadbirkorning marketing majmuasiga kiradi:

A) tovar, xizmat, uning narxi, yetkazib berish va sotish usullari, reklama, sotishni rag'batlantirish; B) sotuvchi, iste'molchi, xaridor, vositachi; D) tovar, bozor, raqobat, raqiblar; E) ishlab chiqarish, ta'minot, sotish, iste'mol; F) barcha javoblar to'g'ri.

9. Tadbirkorning marketing strategiyasi – bu...

A) marketing funksiyalarini amalga oshirish tartibi. B) marketing majmuasi elementlarini birlashtirish tartibi. D) marketing vositalari va usullarining maqsadga erishishni ta'minlaydigan variantlarini uyg'unlashtirib qo'llash tartibi. E) strategik maqsadni aniqlab, unga erishish. F) barcha javoblar to'g'ri.

10. Tadbirkorning bozor strategiyasi – bu...

A) bozorlarni o'rganish va aniqlash. B) bozorni segmentlash. D) bozordagi raqobatni aniqlash va baholash. E) bozordagi maqsadiga erishish yo'llari va chora-tadbirlari izchil tartibi. F) barcha javoblar to'g'ri.

11. Tadbirkorning raqobat strategiyasi – bu...

A) raqobat vositalari, usullari, chora-tadbirlari izchil tartibi. B) raqobatni aniqlash va baholash tartibi. D) raqiblarning raqobatbardoshligini baholash tartibi. E) o'zining raqobatbardoshligini baholash tartibi. F) raqiblar strategiyalarini o'rganish va ularga moslashish.

12. Raqobat – bu...

A) bozorni taqsimlash usuli va jarayoni. B) bozorga hujum qilish usuli va jarayoni. D) raqiblarning bozorga kirishlariga qarshilik qilish. E) bir maqsadga intiladigan subyektlarning musobaqa munosabatlari. F) barcha javoblar to'g'ri.

13. Tadbirkor raqobatga bardosh bera oladi:

A) iste'molchilar talab-istaklariga mos tovar taklif eta olsa.
B) iste'molchilar istaklarini bilib, ularni yaxshiroq qanoatlantira olsa.
D) iste'molchilarning unga yana takror murojaat qilishlariga erisha olsa.

- E) iste'molchilarni aynan shu tovar ularga mos ekanligiga ishonтира olsa.
F) barcha javoblar to'g'ri.

14. Tadbirkor raqobatga bardosh bera olmaydi:

- A) tovari bozorbop bo'lsa B) tovarining narxi iste'molchilarga ma'qul bo'lsa; D) tovarining sifati raqib tovarlari sifatidan qolishmasa; E) tovari to'g'risida iste'molchilar xabardor bo'lmasalar; F) to'g'ri javob yo'q.

15. Tadbirkor raqobatda ustunlikka erishishi mumkin:

- A) tovarining sifati raqib tovarlari sifatidan qolishmasa; B) shunday tovarlarga talab katta bo'sla; D) tovari raqib tovarlariga nisbatan farqiy ustunlikka ega bo'lsa; E) tovarni raqiblarga qaraganda ko'proq ishlab chiqarsa; F) barcha javoblar to'g'ri.

16. Tadbirkorning raqiblarga munosabati qanday bo'lishi kerak?

- A) raqiblarga e'tibor bermaslik; B) raqiblardan uzoqroq bo'lish; D) raqiblardan o'rganish; E) raqiblardan keyinroq yurish; F) raqiblarga qarshi kurashish.

17. Tadbirkorga birja nima uchun kerak?

- A) mahsulotini sotishi uchun; B) mahsulotining narxini aniqlash uchun; D) kerakli resurslarni sotib olish uchun; E) shartnomalar tuzish uchun; F) barcha javoblar to'g'ri.

18. Tadbirkorga ko'rgazmalar nima uchun kerak?

- A) mahsulotini namoyish etish; B) boshqa tadbirkorlar mahsulotlari bilan tanishish; D) tajriba almashish; E) tadbirkorlik yangi g'oyalari topish; F) barcha javoblar to'g'ri;

19. Tadbirkorga yarmarkalar nima uchun kerak?

- A) yangi texnika va texnologiyalar bilan tanishish; B) texnika va texnologiyalarni sotib olish; D) mahsulotini sotish; E) shartnomalar tuzish; F) barcha javoblar to'g'ri.

20. Tadbirkorning marketing taktikasi – bu...

- A) marketing strategiyasining bir qismi; B) marketing strategiyasini amalga oshirish harakatlar dasturi; D) marketing strategik rejasi; E) marketing majmuasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

21. Marketing vositalariga kiradi:

A) tovar, uning narxi, sifati, bezatilishi, o'rami; B) tovarni yetkazib berish va sotish usullari; D) reklama vositalari; E) savdo-sotiqni rag'batlantirish usullari; F) barcha javoblar to'g'ri.

22. Marketing usullariga kiradi:

A) tovarni aniq iste'molchiga mo'ljallab ishlab chiqarish; B) oldin bozorni o'rganib, so'ng ishlab chiqarishga kirishish; D) bozorni segmentlash; E) xaridorlarni rag'batlantirish; F) barcha javoblar to'g'ri.

23. Tadbirkorlikda marketing hisoblanadi:

A) tadbirkorning bozor faoliyati; B) tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uslubi; D) tadbirkorlik faoliyatining tarkibiy qismi; E) marketing ham tadbirkorlik faoliyatining bir turi; F) barcha javoblar to'g'ri.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Birja – ma'lum joyda, vaqtda, belgilab qo'yilgan qoidalar asosida oshkora, erkin ulgurji savdoni amalga oshirish uchun zarur shart-sharoitlar yaratib beradigan yuridik shaxs.

Bozorni segmentlash – iste'molchilarni muhim belgilari asosida guruhlash jarayoni.

Bozor segmenti – iste'molchilar aniq bir guruhi (bozorning aniq bir qismi).

Bozor strategiyasi – tadbirkorning bozordagi maqsadiga erishish vositalari, yo'llari, tadbirlari va ularni qo'llash tartibi.

Eksplrentlar – ishlab chiqarish sohasida yangiliklar yaratish va ularni amaliyotga tadbiiq etish yoki boshqalarga sotish bilan shug'ullanuvchi ixtirochi, kashshof korxonalar.

Kommutantlar – iqtisodiyot tarmoqlari, sohalari, subyektlarini o'zaro bog'lab, yaxlit bir tizimga keltiruvchi ixcham, tez moslashuvchan kichik (mayda) korxonalar.

Ko'rgazma – yangi g'oyalar, usullar, texnika, texnologiya, mahsulotlarni namoyish qilish va ular bilan tanishtirishni uyushtiradigan davriy yoki doimiy amal qiladigan savdo tuzilmasi.

Ko'rgazma – savdo – yangi g'oyalar, usullar, texnika, texnologiya, mahsulotlarni namoyish qilish va mavjudlarini sotishga taklif etish va ularni oldi-sotdisini uyushtiradigan davriy yoki doimiy amal qiladigan savdo tuzilmasi.

Marketing (tadbirkorlikda) – tadbirkorlik subyektlarining bozor faoliyati bo‘lib, muayyan iste‘molchilar talabini aniqlash, shakllantirish, qondirishni tashkil etish yo‘li bilan foyda olishga yo‘naltirilgan faoliyat.

Marketing funksiyasi – marketing faoliyatining alohida yo‘nalishi.

Marketing majmuasi – tovar va uning narxi, uni iste‘molchilarga yetkazib berish va sotish tizimi, reklama, targ‘ibot, savdo-sotiqni rag‘batlantirish vositalari va usullari majmuyi.

Marketingning maqsadi – mo‘ljallangan iste‘molchilar talab-istaklarini aniqlab, ularga mos mahsulotni ishlab chiqarish hamda sotishni tashkil etish va shu yo‘l bilan foyda olishni ta‘minlash.

Marketingning vazifasi – ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilarning bozor, iste‘molchilar bilan doimiy aloqasini ta‘minlash va tovarlar harakatini boshqarish.

Marketing strategiyasi – iste‘molchilarni jalb qilish, ehtiyojlarini qondirish va tadbirkorning o‘z maqsadiga erishishi uchun marketing vositalari, usullari, tadbirlarini o‘zaro samarali uyg‘unlashtirib bog‘lash va qo‘llash tartibi.

Marketing taktikasi – marketing strategiyasini amalga oshirish uchun bajariladigan aniq harakatlar, ishlar dasturi.

Marketing konsepsiyasi – iste‘molchilar ehtiyojlarini har tomonlama o‘rganish va chuqur anglash, ularni to‘liqroq qondirib maqsadga erishish g‘oyasi va uni ro‘yobga chiqarishga yondashuv.

Marketing tizimi – korxonada marketing konsepsiyasi, tamoyillari, funksiyalari, vositalari, usullari, tadbirlari, sikli, tashkiliy tuzilmasi va boshqa jabhalarining o‘zaro muvofiqlashtirilgan yaxlit birligidir.

Marketing usullari – iste‘molchilarni jalb etish, bozorni segmentlash va tahlil qilish, talabni aniqlash, baholash, shakllantirish va qondirish usullari majmuyi.

Marketing vositalari – tovar, uning sifati, raqobatbardoshligi va narxi, uni yetkazib berish va sotish vositalari, reklama, targ‘ibot, shaxsiy sotish, savdo-sotiqni rag‘batlantirish vositalari va boshqa marketing tadbirlari.

Patiyentlar – yirik korxonalar uchun kichiklik qiladigan ichki va tashqi bozor katakchalarini egallab oladigan katta bo‘lmagan tor ixtisoslashgan korxonalar.

Raqobat – bir maqsadga intilayotgan subyektlarning iqtisodiy musobaqa munosabatlari.

Raqobat strategiyasi – raqobat vositalari, usullari, tadbirlarini maqsadga muvofiq o‘zaro uyg‘unlashtirib bog‘lash va qo‘llash tartibi.

Reklama – korxonada, mahsulot, xizmat, g'oya, yangilik, alohida shaxs to'g'risidagi ma'lumotlarni iste'molchilar, mijozlar, qiziquvchilar, keng omмага maxsus vositalar va usullar yordamida yetkazish, tarqatish vositasi.

Savdo tuzilmalari – tovarlar harakatini uyushtirish hamda savdo-sotiq ishlarini tashkil etish va amalga oshirish bilan shug'ullanuvchi korxonalar, tashkilotlar.

Tadbirkorning bozor (marketing) faoliyati – bozorda ishlab chiqarish vositalarini sotib olish va ishlab chiqarilgan mahsulotlarni sotish bilan bog'liq faoliyat bo'lib, sifatli va ma'qul narxli xomashyo va materiallarni topish, ularning ishonchli va olib kelish oson bo'lgan manbalarini aniqlash, kerakli zaxiralarini ta'minlash, bozordagi vaziyat, raqobat, narxlar dinamikasi, iste'molchilar, ularning talab-istaklarini o'rganish, mahsulotni ularga moslashtirish, reklama qilish, iste'molchilarga yetkazib berish, sotish, xaridorlarni rag'batlantirish, turli xizmatlar ko'rsatish va hokazolarni o'z ichiga oladi.

Taklif – ishlab chiqarilishi va sotib olish uchun iste'molchilarga taklif etilishi mumkin bo'lgan tovarlar, ishlar, xizmatlar.

Talab – iste'molchilar ehtiyojlarining to'lov vositasi bilan ta'minlangan qismi, ya'ni xarid qobiliyatiga ega bo'lgan ehtiyoj.

Targ'ibot – marketing vositalaridan biri bo'lib, korxonada, uning mahsuloti va tajribasi to'g'risidagi ma'lumotlarni ommaviy axborot vositalari orqali keng jamoatchilikka tarqatish.

Tovarning raqobatbardoshligi – mo'ljallangan iste'molchilar talab – istaklarini o'ziga o'xshash boshqa tovarlardan past bo'lmagan darajada qondirish qobiliyati.

Viloyentlar – iste'molchilar ommaviy ehtiyojlarini qondiradigan mahsulotlarni ommaviy ko'lamda ishlab chiqaradigan yirik korxonalar.

Yarmarka – sotuvchilar va xaridorlarning bevosita uchrashib, mahsulot namunalari bilan tanishib, o'zaro oldi-sotdi shartnomalari tuzish uchun shart-sharoitlar yaratib beradigan davriy yoki doimiy amal qiladigan savdo tuzilmasi.

Shaxsiy sotish – ishlab chiqaruvchi vakilining yirik xaridorlar bilan alohida uchrashib, o'z mahsulotlarini taqdim etish va sotish usuli.

XII BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI BOSHQARISH ASOSLARI

12. 1. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI BOSHQARISHNING MOHIYATI VA AHAMIYATI

Boshqaruv tadbirkorlikning tarkibiy qismi bo'lib hisoblanadi va uni amalga oshirish muhim ahamiyat kasb etadi. Tadbirkorlik faoliyatini boshqarishni zarur darajada yo'lga qo'ymay turib maqsadga erishib bo'lmaydi. Har bir tadbirkorlik subyekti o'ziga xos va mos boshqaruv tizimini – boshqaruvchi, boshqarish organi, vositalari, usullari, strategiyasi, taktikasi, madaniyatini shakllantiradi. Uning qay tarzda va darajada shakllanishi va amal qilishi ko'p jihatdan rahbarga, ya'ni tadbirkorga bog'liq. Shuning uchun tadbirkorlar boshqarish (menejment) asoslaridan xabardor bo'lishlari maqsadga muvofiqdir.

Menejment inglizcha so'z bo'lib, uning asosida lotincha “manus” (qo'l) so'zi yotadi va uning ilk ma'nosi otlarni boshqarishni anglatgan. Bu tushunchaning qo'llanish doirasi kengayib, hozirgi paytga kelib, butun iqtisodiyot va boshqa sohalarni ham qamrab oladi.

Boshqarish (menejment) – mo'ljallangan maqsadga erishish uchun ishlarni, faoliyatni rejalashtirish, tashkil etish, hisob yuritish, nazorat va tahlil qilish, xodimlarni taqdirlash jarayonlari majmuyidir. Boshqarish jarayoni boshqaruv subyekti (tadbirkor, rahbar, boshqaruvchi, boshqaruv organi)ning boshqaruv obyekti (ishchi-xodimlar, mehnat, ishlab chiqarish, sotish va boshqa xo'jalik jarayonlari)ga tegishli boshqarish vositalari va usullari bilan ta'sir etish jarayonidan iborat. Bu jarayon davriy (sikl) ko'rinishida doimiy takrorlanib turadi. U maqsad va vazifalar qo'yishdan boshlanib, ularni ro'yobga chiqarish va muayyan natijalarga erishish bilan tugaydi, so'ng maqsadga erishish darajasi (natijalar) tahlil qilinib, yangi vazifalar belgilanadi va boshqaruv jarayoni qaytadan boshlanadi. Har bir tadbirkor bu ishlarni u yoki bu darajada bajaradi va shu boisdan menejer ham hisoblanadi. Boshqarishning muhim ahamiyati inson omilini faollashtirish, o'zini-o'zi boshqarish va

tashabbuskorlikni rivojlantirish, bozor iqtisodiyoti talablariga muvofiq keladigan yangi tashkiliy tuzilmalarni yaratishda namoyon bo'ladi.

G'arb menejmentida boshqaruv faoliyatining ikki ko'rinishi ajratiladi. Birinchisi, texnik faoliyat bo'lib, ma'lum bir soha va tarmoqlarda ishlatiladigan xomashyo, materiallar, texnika, texnologiyalarni o'zlashtirish va ishlab chiqarishga joriy etishdan iborat. Ikkinchisi, bevosita boshqaruv faoliyati bo'lib, ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish, rejalashtirish va nazorat qilish, xodimlar harakatini muvofiqlashtirish, ularni taqdirlash va nazorat qilish ishlarini o'z ichiga oladi. Menejment va uni amalga oshiradigan kishi uchun muhimi bevosita boshqaruv hisoblanadi. Chunki biznes olamida shakllangan xulosaga ko'ra biznesning 5 foizini pul, 10 foizini kapital, 85 foizini esa odamlar tashkil etadi.

Iqtisodiyot rivojlanib, raqobat kuchayib borgan sari faoliyat muvaffaqiyatini ta'minlashga unga jalb qilingan omillargina emas, balki ularni o'zaro bog'lab yaxlit tizimga keltiradigan boshqaruvning roli ortib bormoqda. Boshqaruv korxonada falsafasi va tegishli nazariyalarga asoslanadi. 1960- yilda amerikalik D.Makgregor "X" va "Y" nazariyalarini ishlab chiqqan. "X" nazariyasiga binoan inson tabiatan dangasa bo'lib, iloji bo'lsa, ishlamaslikka harakat qiladi. Uni mehnat qilishga majburlash va nazorat qilish, jazo bilan qo'rqitib turish kerak. Shundagina u korxonada uchun yaxshi ishlaydi. Bunday o'rtacha odamlar o'zlariga boshliq tomonidan rahbarlik qilib turishni ma'qul ko'radilar. Mas'uliyatdan qochishga urindilar, o'z tinchligi va xavfsizligi haqida o'ylaydilar. "Y" nazariyasiga binoan esa, aksincha, mehnat qilish odamlarga uyqu, dam olish, ovqatlanish kabi tabiiydir. Bunday o'rtacha odamlar ishga tayyorlanib, ularga yetarli sharoit yaratilsa, nafaqat mas'uliyatdan qochmaydilar, balki unga o'zlari intiladilar. Demak, tashqi nazorat va jazo bilan qo'rqitib ishlatish odamlarni mehnat qilishga yo'naltirishning yagona yo'li emas. Inson o'zi manfaatdor maqsadlarga erishish uchun intilganda o'zini o'zi nazorat qilishga qodir. Korxonada muammolarini hal etishga ijodiy yondashish, ixtirochilik va kuchli fikrlay olish ko'pchilik xodimlarga xosdir.

XX asrning 80- yillariga kelib, Amerika fuqarosi hisoblangan, asli yaponiyalik bo'lgan olim Vilyam Ouchi "Z" nazariyasini ishlab chiqardi. Bu nazariya "X" va "Y" nazariyalari, yapon va amerika menejmenti tajribasidan kelib chiqib, ularning eng kuchli tomonlarini qamrab oladi va rivojlantiradi. Aynan "Z" nazariyasi boshqaruvning yangi

yoʻnalishi, falsafasi asosini (amerikacha koʻrinishda) tashkil etadi. Boshqaruvga bunday yangicha yondashuv ilk bor Amerika yirik firmalarida qoʻllanilgan va dunyo biznes olamida yangicha boshqaruvga oʻtish jarayoni hozir ham davom etmoqda. Amerikaning “Biznes uik” gazetasi boshqaruvga eskicha va yangicha yondashuvni boshqaruvning ayrim jabhalari boʻyicha quyidagicha taqqoslab bergan:

- a) boshqaruvga eskicha yondashuv;
- b) boshqaruvga yangicha yondashuv.

1. Boshqaruvchilarning ishchilar toʻgʻrisidagi fikri:

a) ishchining mehnatdan kutadigan narsasi-pul boʻlib, u har qanday masʼuliyatdan oʻzini olib qochadi va shuning uchun har doim qattiq nazorat ostida boʻlishi kerak;

b) ishchi oʻziga eʼtibor talab qiladi, masʼuliyatdan oʻzini olib qochmaydi va menejer yoʻl qoʻysa, avtonom ishlashga ham tayyor.

2. Boshqaruvning tashkil qilinishi va uslubi:

a) boshqaruvning ish uslubi – buyruqbozlik, ishchining asosiy va yagona vazifasi – buyruqni bajarish;

b) ishchi yangiliklar taklif qilishi mumkin va ularni amalga oshirish uchun zarur boʻlgan vakolatga ega boʻladi.

3. Mehnatni tashkil etish:

a) ishchilarning mehnati yaxlit boʻlmay, kichik-kichik operatsiyalarni bajarishdan iborat, mehnat saviyasi oʻz ish joyi bilan cheklangan, uning vazifasi beriladigan buyruqni bajarish, oʻylash esa boshqalarning vazifasi;

b) mehnat guruhining aʼzosi sifatida ishchi mukammal va malakali ishlarni bajarishga qodir, u nafaqat qoʻli bilan mahsulot yaratadi, balki yaxshi fikrlar taklif qilishi ham mumkin.

4. Ishchi-kadrlar tayyorlash, ularning xavfsizligi:

a) ishchi – tizimning almashtirilishi mumkin boʻlgan bir detali, yangi ish joyi tashkil qilinganda ishchiga minimal darajada bilim beriladi, korxonaga qiyin ahvolga tushganda odatda ishchi ishdan boʻshatiladi;

b) ishchi – nodir ishlab chiqarish resursi, uning malakasi zamon talabiga binoan har doim oshirib turilishi kerak, inqiroz paytida ishchini iloji boricha boʻshatmaslikka harakat qilinadi:

5. Ish haqining belgilanishi;

a) ish haqi, ish joyiga mos, aniq ishchining malakasi, imkoniyatlari hisobga olinmaydi;

b) ish haqi birinchi navbatda xodimning malakasi bilan bog‘liq, butun bir ishchilar guruhini rag‘batlantirish, ishchilarning foydani taqsimlashda qatnashishi kabi usullar qo‘llaniladi.

6. Mehnat munosabatlari:

a) boshqaruv va mehnatning manfaatlari bir-biriga zid, mehnat shartnomasini tuzishda ham, ishlab chiqarishda ham nizolar paydo bo‘lib turadi;

b) ishchilar va menejment manfaatlarining umumiyligiga katta ahamiyat beriladi, menejerlar ishchilar bilan biznesdagi rejaları xususida o‘rtoqlashadilar, o‘z navbatida, ishchilar korxonaning muvaffaqiyatga erishishdagi mas‘uliyatning bir qismini o‘z bo‘yinlariga oladilar.

XX asrning 80-yillarida menejment sohasida taniqli amerikalik olimlar P. Drukker va O.Toffler butun dunyo tajribasiga asoslanib, menejmentning XXI asr talablariga mos keladigan muhim tamoyillarini ishlab chiqqanlar. Ular quyidagilardan iborat.

1. Boshqaruvning asosiy maqsadi inson bo‘lishi kerak. Boshqaruvning asosiy vazifasi – odamlarni yagona maqsad sari jipslashtrish, ularning qobiliyatini ro‘yobga chiqarish uchun barcha shart-sharoitlarni yaratishdir. Har bir insonning o‘z qobilyati va imkoniyatlarini amalga oshirish-oshirmaslik ko‘p jihatdan unga bo‘lgan munosabatga, ya‘ni boshqaruvga bog‘liqdir.

2. Boshqaruvning milliylik xususiyatini hisobga olish. Yagona maqsad sari odamlarni bir jamoaga birlashtiradigan boshqaruv ularning millati va ular yashaydigan mintaqadagi madaniyati, milliy qadriyatlar va an‘analarni maksimal darajada e‘tiborga olishi zarur. Hamma yerda menejerlar vazifasi bir xil bo‘lsa-da, ularning bajarilishi milliy urf-odatlar va an‘analarga bevosita bog‘liqdir.

3. Boshqaruv korxonasi (tadbirkor) oldida turgan maqsadni aniq-ravshan qilib ifodalashi va qo‘yishi zarur. Korxonasi (tadbirkor) oldida turgan vazifani va uni bajarish muddatini aniq belgilash esa qo‘yilgan vazifani bajarishni osonlashtiradi.

4. Korxonasi va uning a‘zolarining doimiy takomillashib borishini ta‘minlash. Ma‘lumki, jamiyat, hayot bir joyda turmaydi, undan orqaga qolmaslik uchun ro‘y berayotgan o‘zgarishlarga muvofiq ishlab chiqarish texnologiyasini mukammallashtirib, ishchilar mahoratini oshirib borish zarur bo‘ladi. Bu esa boshqaruvning vazifasi hisoblanadi.

5. Korxonada har bir ishchi-xodim o'z malakasi, bilimiga yarasha vazifani bajarishini ta'minlash. Shundagina yuqori sifat va unumdorlikka erishish mumkin.

6. Korxonada (tadbirkor) faoliyati va boshqaruv samarasini yagona bir ko'rsatkich bilan baholab bo'lmaydi va uni baholash har tomonlama yondashuvni taqozo etadi.

7. Korxonada (tadbirkor) erishadigan muvaffaqiyat nafaqat uning o'ziga, balki tashqi vaziyatga, bozorga ham bog'liqdir. Shuning uchun boshqaruvchilar bevosita mahsulot chiqarish bilan birga, tashqi muhitga, xususan, bozordagi vaziyatga ham jiddiy e'tibor berishlari lozim.

8. Keyingi paytlarda mahsulotni ommaviy ishlab chiqarishdan aniq iste'molchiga mo'ljallangan kichik-kichik partiyalarda ishlab chiqarishga o'tish tendensiyasi muhim iqtisodiy-tashkiliy o'zgarishlarni taqozo etadi. Demak, katta miqdorda ommaviy mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalar emas, balki kichik seriyalarda mahsulot ishlab chiqaradigan, odamlarning o'zgarib borayotgan turli-tuman ehtiyojlarini qondirishga moslashgan kichik va o'rta korxonalar davri boshlanyapti.

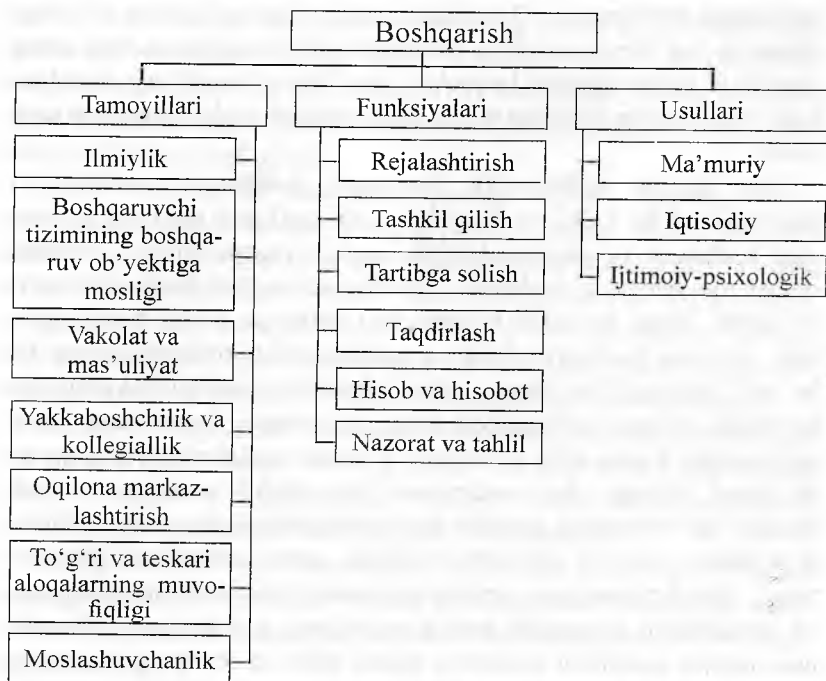
12. 2. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI BOSHQARISH TAMOYILLARI, FUNKSIYALARI VA USULLARI

Tadbirkorlikda ham boshqarish bir qator muhim tamoyillar, funksiyalar, usullarga asoslanadi. Ulardan asosiylari, bizningcha, quyidagilar hisoblanadi. (12.1- chizmaga qarang).

Boshqarish tamoyillariga kiradi:

- ilmiylik;
- boshqaruvchi tizimning boshqaruv obyekti tabiati va xususiyatlariga mosligi;
- vakolat va mas'uliyat;
- yakkaboshchilik va kollegiallik;
- oqilona markazlashtirish;
- to'g'ri va teskari aloqalarning muvofiqligi;
- moslashuvchanlik;

Zamonaviy boshqarish ilmiy bo'lishi, ya'ni u iqtisodiyot va tadbirkorlikning rivojlanish qonuniyatlari, iqtisodiyot, menejment, sotsiologiya, psixologiya, marketing, xo'jalik huquqi, mehnat iqtisodiyoti va boshqa fanlarning yutuqlari, yangi boshqaruv-axborot texnikasi va texnologiyalariga asoslanishi kerak.



12. 1- chizma. Boshqarish tamoyillari, funksiyalari va usullari.

Tadbirkorlik subyektlari, ayniqsa, ularning faoliyati juda xilma-xil bo'lib, ularni samarali boshqarish har bir subyekt va faoliyat turining tabiyati, xarakteri, xususiyatlari, maqsadi, vazifalariga mos keladigan boshqaruvchi tizimni taqozo etadi. Muayyan boshqarish obyektiga eng samarali ta'sir eta oladigan boshqaruvchilar, boshqarish apparati, vositalari, usullari, strategiyasi, taktikasini shakllantirish va ulardan mohirona foydalanish mo'ljallangan natijalarga olib keladi. Bu esa rahbar va boshqaruvchilar oldiga, bir tomondan, boshqarish obyekti va uning xususiyatlarini yaxshi bilish, ikkinchi tomondan, boshqarish ilmidan xabardor bo'lish zaruriyatini qo'yadi.

Vakolat va mas'uliyat tamoyili har bir boshqaruvchiga belgilab qo'yiladigan vazifalari va majburiyatlariga muvofiq huquqlar berilishini taqozo etadi. Tegishli huquqlar bilan ta'minlanmagan vazifalar va majburiyatlar lozim darajada bajarilmaydi va oqibatda mo'ljallangan

natijalarga erishilmaydi. Bu ishlarni aniq yo'lga qo'yish va ro'yobga chiqarish har bir lavozim va boshqaruvchi uchun korxonada uning vazifalari, majburiyatlari, huquqlari, mas'uliyati batafsil aks ettirilgan kasb yoki lavozim bo'yicha nizom ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

Har qanday tadbirkorlik faoliyatini boshqarish vazifasi va mas'uliyatini bir kishi o'z bo'yniga oladi yoki ular bir kishi zimmasiga yuklanadi va yakkaboshchilik asosida yagona shaxs – birinchi rahbar tomonidan ta'minlanadi. Shuning uchun ham boshqarish tarzi va tartibi, uning natijalari ko'proq shu rahbarga, uning bilimi, tajribasi, saviyasi, boshqaruvchilik va tashkilotchilik qobiliyatiga bog'liq bo'ladi. Shuning bilan birga, rahbar demokratiya tamoyili va uning bir ko'rinishi bo'lgan kollegialikka keng o'rin berishi hamda unga tayanishi lozim. Kollegiallik korxonada muhim masalalar bo'yicha qarorlar qabul qilishda ishchi-xodimlarni jalb qilishda namoyon bo'ladi. Bunday hol boshqaruv qarorlari ishlab chiqishda fikrlar xilma-xilligini ta'minlaydi, mavjud axborotni boyitadi, qaror variantlarini kengaytiradi. Qabul qilinadigan qarorlarni bevosita ijrochilari qaror loyihasi va variantlarini tayyorlash hamda muhokama qilishda jalb etilganda ular mazkur qarorlarni bajarishni tashkil etish va amalga oshirishning oqilona yo'llari haqida fikrlar bildirishlari mumkin. Bundan tashqari, ishchi-xodimlarni muhim masalalarni hal qilishda jalb etish ularning ruhini ko'tarib, o'zlari ishtirokida qabul qilingan qarorlarni bajarishga katta mas'uliyat bilan kirishish va yaxshiroq natijalarga erishishga ko'maklashadi.

Boshqarishda oqilona markazlashtirish deganda korxonadagi yuqori va quyi boshqaruv bo'g'inlari o'rtasida boshqarishni ta'minlovchi huquq va mas'uliyatlarni taqsimlashda eng maqbul muvozanat o'rnatish tushiniladi. Huquqlarning bir tomonga, mas'uliyatning ikkinchi tomonga salgina bo'lsa-da siljishi boshqarish samaradorligini pasaytiradi. Shuning uchun har bir korxonada huquqlar va mas'uliyatni boshqaruv bo'g'inlari o'rtasida taqsimlash mezonlari va me'yorlari ishlab chiqilishi va ularga amal qilish qoida tusini olishi zarur.

Boshqarishda to'g'ri va teskari aloqalar muhim o'rin egallaydi. Mazkur aloqalar axborot oqimlaridan iborat. Boshqaruv esa axborot texnologiyasidir. To'g'ri aloqa boshqaruvchidan boshqarish obyektiga ta'sir etish uchun yo'naltirilgan axborot (buyruq, topshiriq, ko'rsatma)

bo'lsa, teskari aloqa boshqarish obyektining shu ta'sirga javobini aks ettiruvchi va boshqaruvchiga qaytib keladigan teskari (qaytma) axborotdir. Bu tamoyil to'g'ri va teskari yo'naltirilgan axborot oqimlari (aloqalar) ning miqdor va sifat, makon va zamon jihatidan o'zaro muvofiq bo'lishini talab qiladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida iqtisodiy muhit, bozordagi vaziyat, raqobat muhiti va tashqi muhit boshqa omillari tez-tez o'zgarib turishi tufayli ish jarayonlariga, rejalarga aniqliklar kiritib turishga to'g'ri keladi. Boshqarish tizimi ham, boshqaruvchilar ham bunday o'zgarishlarga tez moslashuvchan bo'lishi lozim. Aks holda, boshqarish tizimi o'zgarib borayotgan jarayonlardan orqaga qolib, ularga mos kelmay qoladi va oqibatda boshqarish kutilgan samarani bermaydi.

Xulosa qilib aytganda, boshqarish tamoyillari o'zaro bog'liq bo'lib, bir-birini to'ldirib turadi. Shuning uchun ularning o'zaro eng oqilona mutanosiblikda va uyg'unlikda ro'yobga chiqarilishini ta'minlash mo'ljallangan natijalarga erishish garovi hisoblanadi.

Tadbirkorlikda boshqarish tegishli funksiyalarni bajarish yo'li bilan amalga oshiriladi. Biz umumiy holda, quyidagi asosiy boshqarish funksiyalarini ajratishni maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz (12. 1- chizмага qarang):

- rejalashtirish;
- tashkil qilish (uyushtirish);
- tartibga solish;
- taqdirlash (motivlash);
- hisob va hisobot;
- nazorat va tahlil.

Tadbirkorlikda ham rejalashtirishni yo'lga qo'yish zarur. Rejasiz faoliyat mo'ljali va harakat yo'nalishi aniq bo'lmagan faoliyat bo'lib, u uzoq davom eta olmaydi. Rejalashtirish boshqarishda markaziy o'rin egallaydi. Boshqarish rejalashtirishdan boshlanadi. Rejaga faoliyat umumiy maqsadidan kelib chiqib, uni boshqarish aniq maqsadi va vazifalari, ularni amalga oshirish muddatlari, usullari, harakatlari va xarajatlari aks ettiriladi. Faoliyat umumiy rejasiga asosan har bir xodim o'z ish rejasini tuzadi va uning bajarilishini nazorat qilib boradi.

Tashkil qilish funksiyasi korxonada tuzish va ish joylari yaratish, faoliyat, jarayon, operatsiya, boshqaruvchi tizimni shakllantirish, ularning strukturasi aniqlash, ishchi-xodimlarning malakasi, qobiliyati, savi-

yasiga muvofiq joy-joyiga qo'yish, ularga aniq maqsad va vazifalar belgilash, ichki va tashqi aloqalarni o'rnatish, har bir harakat, ish, jarayon, operatsiyani lozim darajada tartibli tusga keltirish yo'li bilan ularning uyushqoqligini ta'minlash singari ishlar majmuyidir.

Boshqarish – bu tartibga solishdir. Tartibga solish ichki va tashqi muhitdagi o'zgarishlarga muvofiq amalga oshirilayotgan rejalar, jarayonlar va operatsiyalar, boshqarish strategiyasi va taktikasiga o'z vaqtida zarur o'zgartirishlar va aniqliklar kiritib, mo'ljal va nazorat ko'rsatkichlardan chetlanishlarni tezgina bartaraf etib, belgilangan maqsadga erishishni ta'minlashga yo'naltirilgan harakatlar majmuyidan iborat.

Boshqarishda ishchi-xodimlar mehnatini taqdirlash salmoqli o'rin egallaydi. Har bir ishchi-xodimning mehnatini to'g'ri baholash, uning miqdori, sifati va umumiy natijalardagi hissasiga muvofiq moddiy va ma'naviy taqdirlash, yuqori ko'rsatkichlarga erishgan xodimlarni esa qo'shimcha rag'batlantirish tizimini shakllantirish va amalga oshirish taqdirlash funksiyasining mazmun-mohiyatini tashkil etadi.

Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish, tashkil qilish va tartibga solish, uning amalga oshirilish jarayonini nazorat qilish va natijalarini baholash uchun hisob yuritish va hisobotlar tuzish katta ahamiyat kasb etadi. Boshqarish axborot texnologiyasi bo'lgani uchun u haqqoniy, aniq, to'liq axborotga asoslanadi. Ana shunday axborotning asosiy manbayi bo'lib tadbirkorlik faoliyatini batafsil aks ettiradigan buxgalteriya, statistika, operativ hisobi va hisobotlari xizmat qiladi. Keyingi paytlarda zamonaviy boshqaruv tizimiga o'tish munosabati bilan maxsus boshqaruv hisobi yuritish yo'lga qo'yilmoqda.

Nazorat ishning borishi va mo'ljaldan chetlanishi, undagi kamchiliklarni aniqlab, yo'l qo'yilgan kamchiliklar va chetlanishlarni o'z vaqtida bartaraf etib, jarayonlarning texnologik rejimda va belgilangan tartibda amalga oshirilishini ta'minlashga yo'naltirilgan bo'ladi. Tahlil esa tadbirkorlik faoliyati, uning alohida yo'nalishlari, turlari, jarayonlari, bosqichlari, natijalari, erishilgan yutuqlarini ta'minlagan omillar, belgilangan maqsaddan chetlanishlar va unga erishishdagi kamchiliklarning sabablarini aniqlash va baholash, faoliyat samaradorligini oshirish yo'llarini ko'rsatish va belgilashga xizmat qiladi.

Tadbirkorlik faoliyatini boshqarish tegishli usullar yordamida amalga oshiriladi. Ular ta'sir etish xarakteriga qarab quyidagi uch guruhga bo'linadi:

- ma'muriy usullar;
- iqtisodiy usullar;
- ijtimoiy-psixologik usullar.

Ma'muriy usullar boshqarish obyektiga hokimiyat (hukm) kuchi bilan ta'sir etishga asoslanadi. Bunda ana shunday kuchga ega bo'lgan va bajarish majbur bo'lgan rasmiy hujjatlar (buyruqlar, farmoyishlar, nizomlar, yo'riqnomalar, normativlar va boshqalar) qabul qilish va og'izaki topshiriqlar berish, ularning bajarilishini nazorat qilish yo'li bilan amalga oshiriladi. Mazkur vositalar boshqarish obyektiga juda tez ta'sir etadi va ularni harakatga keltiradi hamda qisqa muddatda ko'zlangan natijaga olib keladi. Lekin ularni bajaradigan xodimlarning fikrlari va munosabatlari e'tiborga olinmay, faqat ijro etishlari talab qiladi.

Iqtisodiy usullar moddiy taqdirlash, moddiy rag'batlantirish, moddiy jazolash yo'llari bilan ishchi-xodimlarning moddiy manfaatdorligiga ta'sir etib, ularni yaxshiroq ishlashga undashga yo'naltirilgan. Ularga har bir xodim mehnatining miqdori, sifati, natijalariga muvofiq ish haqi belgilash, ularning o'zgarishiga qarab ish haqini ham o'zgartirish, yaxshi ishlaganlarga pul mukofotlari va sovg'alar berish, o'z vazifalarini lozim darajada uddalay olmaganlarni mukofotdan mahrum qilish, ish haqini kamaytirish, ularga pul jarimalari qo'llash va boshqalar kiradi. Bu usullarni samarali qo'llash uchun har bir xodimning ishning moddiy natijalariga qiziqishi, moddiy qadriyatlar va manfaatdorlikka munosabatini bilish va to'laroq e'tiborga olish lozim. Bozor iqtisodiyoti sharoitida boshqarishning iqtisodiy usullariga kengroq o'rin berish maqsadga muvofiq.

Boshqarishning ijtimoiy-psixologik usullari shaxsning ijtimoiy-psixologik holatiga ta'sir etishga mo'ljallangan. Ularga quyidagilar kiradi:

- jamoada sog'lom ijtimoiy-psixologik muhit yaratish;
- xodimlarning ijtimoiy-ma'naviy qiziqishlari, ehtiyojlarini aniqlash va qondirib borish;
- xodimlarning jamoadagi shaxsiy maqsadlarini jamoaning umumiy maqsadi bilan uyg'unlashtirish;
- har bir xodimning qobiliyati, malakasi, ishga munosabatiga muvofiq lavozimga tayinlash va siljitish;
- ishchi-xodimlar o'z qobiliyatlarini to'liqroq ro'yobga chiqarishlari uchun sharoit yaratish;

-- har bir xodimning jamiyat va jamoa uchun kerakli inson ekanligini his qilishga ko'maklashish;

-- jamoada tadbirkorlik va tashabbuskorlikni qo'llab-quvvatlash;

-- xodimlarning ish yuzasidan bildiradigan takliflari va fikrlarini rag'batlantirish;

-- har kimga uning psixologik holati va xususiyatlariga mos muomala qilish;

-- har bir xodim o'zini mazkur jamoaning haqiqiy a'zosi, jamoa esa yagona mehnat oilasi ekanligini doimo his qilishga erishish;

-- har bir xodimning jamoada tutgan o'rni va umumiy natijalarga erishishda hissasini e'tirof etish va namoyish qilish.

Yuqorida sanab o'tilgan usullar, vositalar, chora-tadbirlar har bir xodimning o'zini, o'z qobiliyati va qadr-qimmatini hamda moddiy-ma'naviy farovonligi shu jamoa muvaffaqiyati bilan bog'liq ekanligini anglab, o'z vazifalarini yaxshiroq bajarishga safarbar qilishga yordam beradi.

Shuni ta'kidlab o'tish lozimki, boshqarish usullarning har bir guruhining ham o'z afzalliklari va kamchiliklari bor. Shuning uchun ularning barchasini o'zaro bog'lab, bir tizimga keltirish hamda ularni muayyan obyekt va vaziyatga muvofiq keladigan uyg'unlikda qo'llash yaxshiroq natijaga olib keladi. Boshqaruv samaradorligi boshqaruv maqsadi va vazifalarini aniq belgilab olish hamda ularga mos vositalar va usullarni to'g'ri tanlab, ularni ustalik bilan qo'llashga bog'liqdir.

12. 3. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI BOSHQARISHNI TASHKIL ETISH

Boshqarish ko'zlangan maqsadga erishish qobiliyati, mahorati demakdir. Muvaffaqiyat qozonish uchun, eng avvalo, nima qilish kerakligini aniq bilish va o'z bilimini amalda qo'llay olish lozim. Boshqarish usullari va tartib-qoidalarini ham yaxshi bilish kerak. Eng muhimi boshqarishda bor kuch bilan intilish emas, balki muayyan sharoitda eng yaxshi natijaga erishish hisoblanadi. Boshqarish maqsadni qo'yishdan boshlanadi, maqsad esa aniq va to'g'ri qo'yilishi zarur. Ma'lumki, har bir tadbirkorning o'z maqsadi bo'ladi. Ammo barcha tadbirkorlar

uchun umumiy va eng muhim maqsadlar omon qolish, foyda olish, istiqbol hisoblanadi. Asosiy maqsadlardan biri tadbirkorning muayyan bozorga kirish, u yerdagi raqobatga bardosh berib, o'z o'rmini egallab olish va uni saqlab qolishdir. Ma'lumki, har bir tadbirkorning boshqarish qobiliyati va mahorati, asosan, u oladigan foyda bilan belgilanadi. Foyda esa tadbirkor va xodimlarni moddiy ta'minlash, farovonligini oshirish, faoliyatini rivojlantirish asosiy maqsadidir. Shuning uchun ham tadbirkorlar faqat foyda olish emas, balki uni oshirib borishga intiladilar. Lekin bugun ko'proq foyda olaman deb istiqboldagi foydasi va bozordagi mavqeyiga putur yetkazishi ham mumkin. Shuning uchun foyda yagona maqsad bo'lmay, tadbirkorlarning yashovchanligi va istiqbolini ta'minlash ham muhimdir.

Tadbirkorlikda boshqarishning xususiyatlaridan biri shundan iboratki, boshqarishda tadbirkorning shaxsan o'zi ishtirok etadi. Chunki tadbirkorlik subyektlarining asosiy qismini yakka tadbirkorlar, mikrofirma va kichik korxonalar tashkil etadi. Ularning ko'pchiligida esa boshqaruv apparati yo'q. Yakka tadbirkorlikda boshqarish oddiy kundalik ish singari amalga oshiriladi. Ko'pchilik kichik korxonalarda boshqarishni asosan tadbirkorning o'zi olib boradi. Faqat hisob-kitob ishlarini tegishli mutaxassislariga topshirishi mumkin. Demak, bunday holda boshqaruv apparati tuzish va maxsus menejerlar yollash imkoniyati bo'lmaydi. O'rta va, ayniqsa, yirik korxonalarda maxsus boshqaruv apparati tashkil etilib, tegishli menejerlar jalb qilinadi. Demak, tadbirkorlikda boshqaruvni tashkil etish korxon va faoliyat miqyosi va murakkabligiga bog'liq. Tadbirkorning o'zi hamma ishlarni, shu jumladan, boshqarishni ham bajaradigan bo'lsa uning qo'l ostida ishlovchilar yordamchi, yuk tashuvchi, farrosh bo'lishi mumkin. U holda boshqarish oddiy o'zaro amaliy munosabatlar shaklida bo'lib, sodda tashkiliy tizim ko'rinishini oladi. Bunday sodda tashkiliy tizimda yuqori va quyi bo'g'inlar bo'lib, ular o'rtasida to'g'ri va teskari aloqalar amal qiladi. Korxonada o'rta va yirik bo'lgan taqdirda maxsus boshqaruv apparati tashkil etilib, malakali menejerlar yollanadi. Bunday holda boshqaruv tizimida o'rta bo'g'in ham qo'shilib, uch bo'g'inli boshqaruv shakllanadi. Yirik korxonalarda esa uning har bir bo'limi, bo'linmasi o'z tashkiliy tuzilishi va boshqaruvchisiga ega bo'ladi.

Tadbirkorlik subyekting miqyosi, faoliyat yo'nalishi, maqsadi, vazifalariga qarab boshqarishni quyidagi tashkiliy tuzilmalarini (strukturalarini) qo'llash mumkin:

- chiziqli;
- funksional;
- chiziqli-funksional;
- chiziqli-shtabli;
- matritsali.

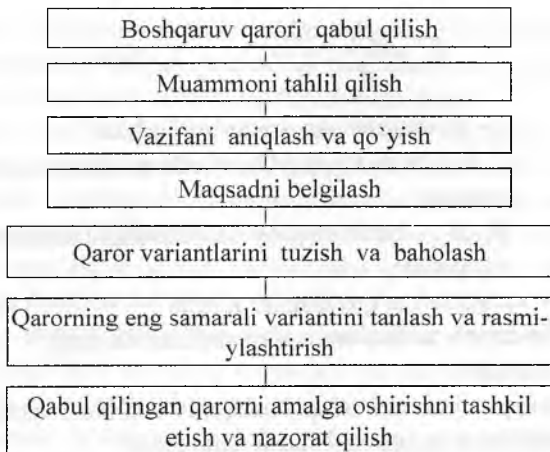
Chiziqli boshqaruv tuzilmasida quyi boshqaruv bo'g'ini faqat birgina yuqori boshqaruv bo'g'ininga bo'ysinadi va barcha masalalar bitta aloqa kanali orqali hal qilinadi. Bunday tuzilma kichikroq korxonalarda keng qo'llaniladi.

Funksional boshqaruv tuzilmasida funksional bo'g'inlar, bo'limlar tashkil etilib, ularning har biri boshqarish alohida funksiyasini amalga oshirishga ixtisoslashgan bo'ladi. Chiziqli-funksional boshqaruv tuzilmasi chiziqli va funksional tuzilmalar birlashmasidan iborat bo'lib, unda boshqaruv faoliyati ham chiziqli, ham funksional boshqaruvchilar tomonidan amalga oshiriladi.

Chiziqli-shtabli boshqaruv tuzilmasida boshqaruvning har bir chiziqli bo'g'inida turli muammolarni hal qilish bo'yicha mutaxassislardan iborat shtablar tashkil etildi.

Matritsali boshqaruv tuzilmasi vertikal va gorizontal boshqarishda boshqaruv vazifalarini boshqaruv bo'g'inlari o'rtasida qayta taqsimlashni nazarda tutadi.

Boshqarishni amalga oshirishda boshqaruv qarorlari salmoqli o'rin egallaydi. Ular strategik va operativ, umumiy va lokal, bir maqsadli va ko'p maqsadli, diskursiv va intuitiv shakllarda bo'lishi mumkin. Boshqaruv qarorlari puxta o'ylangan va har tomonlama asoslangan bo'lishi kerak. Boshqaruv qarorlari qabul qilish uchun tegishli bilimlarga, qobiliyatga, axborotga ega bo'lish lozim. Lekin hamma tadbirkorlarda ham ular yetarli darajada bo'lavermaydi. Demak, ularni o'zlashtirishga harakat qilish kerak bo'ladi. Yaxshi boshqaruv qarorlari qabul qilish muvaffaqiyat garovidir. Turli korxonalarda boshqaruv qarorlari qabul qilish o'z xususiyatlariga ega. Shunga qaramay, boshqaruv qarorlari qabul qilish jarayoni umumiy xarakterga ega va u to'liq holda bir qator bochqichlardan iborat (12. 2- chizmaga qarang).



12. 2- chizma. Boshqaruv qarori qabul qilish tartibi.

- hal qilinishi kerak bo‘lgan muammoni tahlil qilish;
- vazifani aniqlash va qo‘yish;
- maqsadni belgilash;
- qaror variantlarini tuzish va baholash;
- qarorning eng samarali variantini tanlash va qabul qilish;
- qabul qilingan qarorni amalga oshirishni tashkil etish va nazorat qilish.

Shunday qilib, tadbirkorlikda boshqarishning roli katta bo‘lib, faoliyat natijalari ko‘p jihatdan unga bog‘liqdir. Buni rivojlangan mamlakatlar tajribasi asosida mutaxassislar tomonidan “Korxonaning sinish sabablaridan biri boshqaruvni yaxshi yo‘lga qo‘yilmagani” deb chiqarilgan xulosa tasdiqlaydi. Shuning uchun har bir tadbirkor boshqarishga jiddiy e‘tibor berishi lozim.

Boshqaruv samaradorligi quyidagicha aniqlanadi:

$$B_s = \frac{S}{B_x} \quad (1),$$

bu yerda: B_s – boshqaruv samaradorligi;
 S – samara (natija);
 B_x – boshqaruv xarajatlari.

$$I_{bs} = \frac{S_1}{B_{x1}} : \frac{S_0}{B_{x0}} \quad (2),$$

bu yerda: I_{bs} – boshqaruv samaradorligi indeksi;
 S_0, S_1 – bazis va joriy davrlarda erishilgan samara (natija);
 B_{x0}, B_{x1} – bazis va joriy davralardagi boshqaruv xarajatlari.

Boshqaruv xarajatlariga quyidagilar kiradi:

- muhandis-texnik xodimlar va xizmatchilar ish haqi;
- materiallar sarfi;
- EHM, komputerlar va boshqa boshqaruv texnikasi xarajatlari;
- axborot olish va uni qayta ishlash xarajatlari;
- boshqaruv qarorlari qabul qilish va ularni amalga oshirish bilan bog‘liq xarajatlar;
- ilmiy ishlanmalar, loyihalar, tajriba va seriyali ishlab chiqarish xarajatlari;
- mahsulotdan foydalanish xarajatlari;
- qo‘shimcha va bir yo‘la qilinadigan xarajatlar.

Boshqaruv kam chiqim, tejamli bo‘lishi kerak, u nafaqat samarali, balki uning samaradorligi oshib borishi lozim.

12. 4. TADBIRKORLIKDA AXBOROT VA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI

Tadbirkorlikda axborot – bu tadbirkorlik faoliyatini samarali uyushtirish va amalga oshirish uchun zarur bo‘ladigan ma‘lumotlar to‘plamidir. U tadbirkorlik faoliyati va uni boshqarish tizimining tarkibiy qismi va asosi bo‘lib xizmat qiladi. Biror ishni zarur darajada boshlash va olib borish ko‘pgina ma‘lumotlar bo‘lishini taqazo etadi. Xususan, hozirgi tez o‘zgarib borayotgan hayotda axborot tadbirkorlik faoliyatining muvaffaqiyatini ta‘minlaydigan omillardan biri bo‘lib hisoblanadi. Hozirgi kuni axborotsiz tasavvur qilib bo‘lmaganidek, har qanday ishni bajarish, masalani hal qilishni ham axborotsiz kerakli darajada amalga oshirib bo‘lmaydi. Tadbirkor qanday faoliyat bilan shug‘ullanmasin,

axborotsiz o'z maqsadiga to'la erisha olmaydi. Uning axborotsiz hat-toki o'z oldiga qo'yadigan maqsad va vazifalarni har tomonlama aniq, ravshan shakllantirishi va ifodalashi ham juda qiyin.

Ma'lumki, tadbirkorlik va, umuman, biznesning muhim xususiyat-laridan biri noaniqlik bo'lib, tavakkal qilishni talab qiladi. Ana shun-day noaniqlik va tavakkalni kamaytirishda axborot katta rol o'ynaydi. Tadbirkorlikni tashkil etish va olib borish uchun kerak bo'ladigan ax-borot qancha to'liq va yetarli bo'lsa, noaniqlik darajasi shuncha past, tavakkal esa minimal bo'ladi.

Axborot tadbirkorning raqobatda ustunlikka erishishi, moliya ta-vakkalini, tadbirkor va uning mahsuloti mavqeyi uchun xavf-xatarni kamaytirish, iste'molchilarning mahsulotga bo'lgan munosabatini aniqlash, tashqi omillarni kuzatish va ularning o'zgarishidan xabardor bo'lish, ishlab chiqarish va bozor strategiyalarini shakllantirish va mu-vofiqlashtirish, tadbirkorlik faoliyatini baholash, qabul qilinadigan qa-rorlar va belgilanadigan tadbirlarni asoslash, intuitsiyani mustahkam-lash, samaradorlikni oshirish, rejalashtirish, prognozlash va boshqa masalalarni hal qilishda katta ahamiyat kasb etadi.

Shunday qilib, mahsulot ishlab chiqarish va sotish jarayonlarini tashkil etish, amalga oshirish, rivojlantirish, boshqarish axborotga asoslanadi. Iqtisodiyot va bozor munosabatlari yuksalib borgan sari axborotning roli ortib boradi. Shuni e'tiborga olib, O'zbekistonda "Jamiyatni axborotlashtirish to'g'risida"gi Qonun qabul qilingan. Unda ta'kidlanishicha, "Axborot davlat, shu davlat fuqarolari, yuridik shaxs-lar, ishlab chiqarish va jamoat tashkilotlarining boyligi, o'ta muhim ijtimoiy resursi sifatida moddiy va intellektual mulk obyekti bo'lishi mumkin". Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashda uni kerakli axborot bilan ta'minlash vazifasini davlat o'z zimmasiga olgan. Lekin tadbir-korlar o'zlariga kerakli axborotni olishga o'zlari faol harakat qilishlari zarur. Buning uchun esa tadbirkorlar axborot turlari va manbalari, uni olish, to'plash, tartibga solish, saqlash, berish, ishlatish yo'llarini yax-shi bilishlari lozim.

Axborotning ichki va tashqi, birlamchi va ikkilamchi, statistik, buxgalteriya va operativ, iqtisodiy, ijtimoiy, huquqiy, demografik, psixologik va boshqa turlari, miqdoriy va sifatiy, natural va qiymat ko'rinishlari mavjud. Axborot olish manbalari ichki (tadbirkorlik sub-yehtlarining buxgalteriya, moliya, statistika, operativ hisobotlari va

boshqa hujjatlari) va tashqi (televideniye, radio, gazeta, jurnallar, kitoblar, reklama vositalari, me'yoriy-huquqiy hujjatlar va boshqalar) manbalardan iboratdir.

Hozirgi zamonda jadallashib borayotgan fan-texnika taraqqiyoti natijalaridan biri axborot texnologiyasining vujudga kelishidir. Axborot texnologiyasi – bu zamonaviy kompyuter texnikasi, axborot va bilimlar bazalari, intellektual, ekspertlar, qarorlarni qo'llab-quvvatlash tizimlari singari dasturlar yordamida axborotni izlash, to'plash, tartibga solish, saqlash, uzatish jarayonlari majmuyidir. Bu texnologiya tadbirkorlikda ham muhim rol o'ynaydi. Chunki tadbirkorlik faoliyati uchun juda ko'p turli-tuman axborotlar kerak. Tadbirkorlarni nafaqat mahalliy bozorlar, balki tashqi bozorlar qiziqtiradi, ular to'g'risidagi ma'lumotlarni tezda aniqlash va topib olish zarur. Demak, tadbirkorning axborotga bo'lgan ehtiyojini faqatgina zamonaviy axborot texnologiyalari to'la qondirishi mumkin.

Tadbirkorlikni rivojlantirishda yangi axborot texnologiyalari va global telekommunikatsiya vositalarining roli ortib bormoqda. Bu yo'nalishda 2003- yil 11- dekabrda "Axborotlashtirish to'g'risida"gi va "Elektron raqamli imzo to'g'risida"gi, 2004- yil 24- apreldagi "Elektron hujjat aylanishi to'g'risida"gi qonunlar hamda Vazirlar Mahkamasining 2004- yil 24- sentabrda "Plastik kartochkalar asosida hisob-kitob qilish tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori muhim ahamiyat kasb etadi. Ulardan elektron tijorat va elektron hujjat aylanishi tadbirkorlikda katta o'rin egallaydi.

Elektron tijorat – bu axborot tizimlaridan foydalangan holda amalga oshiriladigan, tovarlarni sotish, ishlarni bajarish va xizmatlar ko'rsatishga doir tadbirkorlik faoliyatidir. Har bir tadbirkor elektron tijorat qatnashchisi bo'lishi mumkin. Hozirgi kunda Internet tarmog'i orqali oldi-sotdi operatsiyalari, mahsulotlar reklamasi, marketing tadqiqotlari, kadrlar masalasi va boshqa bir qator ishlarni amalga oshirish mumkin. Elektron tijoratga sotuvchi va xaridordan tashqari uchinchi tomon-axborot vositachisi ham ishtirok etishi mumkin. Internet orqali amalga oshiriladigan elektron tijorat ishtirokchilariga qarab quyidagi turlarga bo'linadi (12. 3- chizma).

- B2B – korxonalar va korxonalar (biznes – biznes);
- B2C – korxonalar va iste'molchilar (biznes – consumer);
- C2C – iste'molchilar va iste'molchilar;

- G2B – davlat va korxonalar (government – business);
- G2C – davlat va iste'molchi.

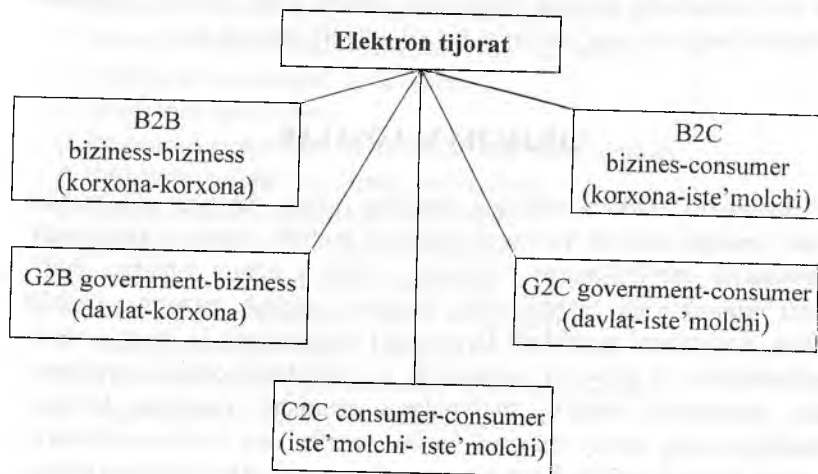
Elektron tijorat shartnoma tuzish orqali amalga oshiriladi. Shartnomalar uch xil yo'l bilan tuziladi:

- 1) elektron hujjatlarni ayirboshlash;
- 2) elektron hujjat ko'rinishida bo'lmagan oferta (shartnoma tuzish taklifi)ni qabul qilganligi to'g'risidagi elektron hujjatni jo'natish;
- 3) elektron hujjat ko'rinishida bo'lgan va qabul qilib olingan ofetradagi shartnoma shartlarini bajarish bo'yicha harakatlarni amalga oshirish.

Elektron tijorat afzalliklari:

- vaqtning tejalishi;
- mahsulot to'g'risida to'liq ma'lumot mavjudligi;
- hamkorlarning ko'payishi;
- tuziladigan bitimlar arzonligi;
- universalligi;
- zarur ma'lumotlarni olish imkoniyati kengligi;
- vositachi texnologiya sifatida Internetning ishtirok etishi.

Elektron hujjat aylashi elektron hujjatlarni jo'natish, qabul qilib olish va saqlash jarayoni hisoblanadi.



12. 3- chizma. Elektron tijorat turlari.

Elektron hujjat elektron shaklda ifodalanadigan, elektron raqamli imzo bilan tasdiqlangan va majburiy rekvizitlarga ega bo'lgan hujjatdir.

Elektron hujjat quyidagi talablarga javob berishi kerak:

1) hujjatdagi axborot elektron tarzda ifodalanishi, ya'ni internet yoki boshqa turdagi elektron vositalarida o'z aksini topishi kerak;

2) hujjat elektron raqamli imzo bilan tasdiqlangan bo'lishi kerak.

Elektron raqamli imzo deganda elektron hujjatlardagi ochiq va yopiq elektron kalitlar orqali foydalanish mumkin bo'lgan ushbu axborot egasining qonunda ko'rsatilgan tartibda sertifikatlangan hamda ro'yxatga olingan imzosi tushiniladi.

Elektron hujjat turlari quyidagilar:

1) bitim (xo'jalik shartnomasi, fuqarolik shartnomasi, mehnat shartnomasi va hokazo);

2) hisob-kitobga oid hujjatlar;

3) rasmiy va norasmiy hujjatlar.

Elektron hujjat aylanishi bevosita axborot tizimi orqali amalga oshiriladi. Axborot tizimi deganda axborotdan foydalanish uchun qo'llaniladigan axborot vositalari va texnologiyalari tushiniladi. Elektron hujjat aylanishining ishtirokchilari elektron hujjat jo'natuvchi, qabul qilib oluvchi hamda axborot vositachilari hisoblanadi. Axborot vositachilari elektron hujjatni jo'natish va qabul qilishni tashkil etishga oid xizmatlarni amalga oshiruvchi yuridik yoki jismoniy shaxsdir. Elektron hujjat va qog'oz hujjat bir xil yuridik kuchga ega.

QISQACHA XULOSALAR

Boshqaruv tadbirkorlikning tarkibiy qismi bo'lib, uni tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Boshqarish mo'ljallangan maqsadga erishish uchun ishlarni, faoliyatni rejalashtirish, tashkil etish, hisobini yuritish, nazorat va tahlil qilish, xodimlarni taqdirlash jarayonlari majmuyidir. U inson omilini faollashtirish, o'zini-o'zi boshqarish va tashabbuskorlikni rivojlantirish, zamonaviy tashkiliy tuzilmalarni yaratishda namoyon bo'ladi. Boshqaruvning asosiy maqsadi inson, vazifasi esa ishchi-xodimlarni yagona maqsad sari jiplashtirish, ularning qobiliyatini ro'yobga chiqarishlari uchun shart-sharoitlar yaratish hisoblanadi.

Har bir tadbirkor boshqaruv bilan u yoki bu darajada shug'ullanadi. Shuning uchun u boshqaruv tamoyillari, funksiyalari, usullari va ularni qo'llash tartibini bilishi maqsadga muvofiq. Tadbirkorlikda ham boshqarishning ma'muriy, iqtisodiy, ijtimoiy-psixologik usullari keng qo'llaniladi. Har bir usulning afzalliklari va kamchiliklari bor. Shuning uchun ularni muayyan boshqaruv obyekti va vaziyatga muvofiq keladigan uyg'unlikda qo'llash yaxshiroq natija beradi.

Boshqarish ko'zlangan maqsadga erishish qobiliyati va mahorati bo'lib, ular boshqaruv qarorlari qabul qilish va ularni bajarishni tashkil etishda namoyon bo'ladi. Tadbirkorlik subyektining faoliyat yo'nalishi, ko'lami, maqsadi va vazifalariga qarab boshqarishning chiziqli, funksional, shtabli va ularning ma'lum uyg'unliklariga asoslangan boshqaruv tuzilmalari tashkil etilishi mumkin.

Boshqaruv vositalari, usullari, chora-tadbirlari ishchi-xodimlarning o'z qobiliyati va qadr-qimmatini hamda farovonligi shu subyekt muvaffaqiyati bilan bog'liqligini anglab, o'z vazifalarini yaxshiroq bajarishlarini ta'minlashi lozim.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Boshqarish va menejment tushunchalarining mohiyati.
2. Tadbirkorlikda boshqarishning zaruriyati va ahamiyati.
3. Boshqarish nazariyalari va falsafasi.
4. Boshqarish tamoyillari.
5. Boshqarish funksiyalari va tadbirkorlikda ularni qo'llash.
6. Boshqarish usullari va ularning qo'llanilishi.
7. Tadbirkorlikda boshqarishni tashkil etish.
8. Boshqaruv qarorlari va ularni qabul qilish.
9. Tadbirkorlikda boshqarish xususiyatlari.
10. Kichik tadbirkorlikda boshqarish xususiyatlari.
11. Tadbirkorlikda axborot va uning roli.
12. Tadbirkorlikda axborot manbalari va uni olish usullari.
13. Tadbirkorlikda axborot texnologiyalari.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Tadbirkorlikda boshqarish – bu...

A) tadbirkorlik faoliyatini yuritish tartibi; B) tadbirkorlik faoliyati natijalarini tashkil etish va baholash; D) tadbirkorlik subyektlarining huquqlari va majburiyatlarini belgilash; E) tadbirkorlik subyektini tashkil etish va ro'yxatdan o'tkazish; F) tadbirkorlik faoliyatni tashkil etish, rejalashtirish, tartibga solish, nazorat qilish va xodimlarni taqdirlash majmuyi.

2. Tadbirkorlikda yangicha boshqaruv nazarda tutadi:

A) xodimlarni qattiq nazorat qilishni; B) xodimlarning erkin harakat qilishi va tashabbus ko'rsatishini rag'batlantirishni; D) xodimlardan belgilangan yo'riqnomani bajarishni talab qilishni; E) xodimlar harakatlarini o'z vazifalarini bajarish bilan cheklab qo'yishni; F) barcha javoblar to'g'ri.

3. Boshqarish tamoyilini toping.

A) vakolat va mas'uliyat; B) rejalashtirish; D) ma'muriy; E) baholash; F) barcha javoblar to'g'ri.

4. Boshqarish funksiyasini toping.

A) vakolat va mas'uliyat; B) rejalashtirish; D) ma'muriy; E) baholash; F) barcha javoblar to'g'ri.

5. Boshqarish usulini toping.

A) vakolat va mas'uliyat; B) rejalashtirish; D) ma'muriy; E) baholash; F) barcha javoblar to'g'ri.

6. Tadbirkorlikda boshqarish usullaridan qaysisini qo'llash ma'qul?

A) ma'muriy usullari; B) iqtisodiy usullari; D) ijtimoiy-psixologik usullari; E) barcha usullarni eng maqbul uyg'unlikda qo'llash; F) barcha usullarni ma'lum ketma-ketlikda qo'llash.

7. Kim tadbirkorlik faoliyatini nazorat qilish huquqiga ega?

A) menejer; B) taftishchi; D) ta'sischi-mulkdor; E) xodimlar; F) soliq organi.

8. Tadbirkorni bankrotga uchrashi sabablari:

A) boshqarishni yaxshi yo'lga qo'yilmaganligi; B) tovarni yetkazib be-

rishdagi uzulishlar; D) tovarni ko'p miqdorda ishlab chiqarilmaganligi; E) tovar turlarining o'zligi; F) barcha javoblar to'g'ri.

9. Tadbirkorlikda boshqarish usullari:

A) tarixiy-mantiqiy usullar; B) iqtisodiy usullar; D) trend tahlili; E) statistik usullar; F) barcha javoblar to'g'ri.

10. Boshqarishda vakolatni ta'minlash nimani anglatadi?

A) har bir xodim vazifalarini aniq belgilash; B) har bir xodim majburiyatlarini aniq belgilash; D) har bir xodim mehnatiga yarasha ish haqi belgilash; E) har bir boshqaruvchiga belgilangan vazifalarga muvofiq huquqlar berish; F) Barcha javoblar to'g'ri.

11. Boshqarishda yakkaboshchilik – bu...

A) boshqarish vazifasi va mas'uliyatini bir shaxs zimmasiga yuklanishi; B) korxonaning bir shaxs tomonidan tashkil etilishi; D) davlat korxonasini boshqarish tartibi; E) korxonani o'zboshimchalik bilan boshqarish; F) to'g'ri javob yo'q.

12. Tadbirkorlik faoliyatini boshqarishda markazlashtirish – bu...

A) boshqaruvchilar vazifalari va huquqlarini belgilash; B) boshqaruvchilar o'rtasida boshqaruv funksiyalarini taqsimlash; D) boshqarish vazifalari, huquqlari, mas'uliyatini yuqori boshqaruv bo'g'ida mujassamlashtirish darajasi; E) korxonani boshqarishni yuqori tashkilot olib borishi; F) barcha javoblar to'g'ri.

13. Tadbirkorlikda boshqarish funksiyalariga kiradi:

A) rejalashtirish; B) taqdirlash; D) hisob va hisobot; E) nazorat va tahlil; F) barcha javoblar to'g'ri.

14. Tadbirkorlikda boshqarish tamoyillariga kiradi:

A) yakkaboshchilik; B) kollegiallik; D) markazlashtirish; E) moslashuvchanlik; F) barcha javoblar to'g'ri.

15. Tadbirkorlikda axborot – bu...

A) tadbirkorlik faoliyati to'g'risida ma'lumotlar to'plami; B) tadbirkorlik faoliyati uchun kerakli ma'lumotlar to'plami; D) tadbirkorlik faoliyatini

boshqarish uchun kerakli ma'lumotlar to'plami; E) tadbirkorlik subyekti-ning hisobotlari; F) barchasining majmuyi.

16. Tadbirkorlik ichki axboroti – bu...

A) tadbirkorlik subyektida tayyorlanadigan ma'lumotlar; B) tadbirkorlarga kelib tushadigan qonunlar; D) tadbirkor foydalanadigan ma'lumotlar; E) tadbirkor axborot-maslahat markazidan oladigan ma'lumotlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

17. Tadbirkorlikda yangi axborot texnologiyasi hisoblanadi:

A) elektron raqamli imzo. B) elektron hujjat aylanishi; D) elektron tijorat; E) plastik kartochka yordamida hisob-kitob; F) barcha javoblar to'g'ri.

18. Tadbirkorlikda axborotning ichki manbalari:

A) tadbirkorlikka oid qonunlar va qarorlar; B) tadbirkorning moliyaviy va statistik hisobotlari; D) tadbirkorga soliq organi topshiriqlari; E) reklama; F) barcha javoblar to'g'ri.

19. Tadbirkorlikda axborotning tashqi manbalari:

A) tadbirkorlikka oid qonunlar va qarorlar, reklama; B) tadbirkorning moliyaviy hisoboti; D) tadbirkorning moliyaviy natijalari; E) tadbirkorning statistik hisoboti; F) barcha javoblar to'g'ri.

20. Tadbirkorlikda boshqarishning qaysi tashkiliy tuzilmasi qo'llaniladi?

A) chiziqli tuzilma; B) funksional tuzilma; D) chiziqli – funksional tuzilma; E) chiziqli-shtabli tuzilma; F) barcha javoblar to'g'ri.

21. Kichik tadbirkorlikda boshqarishni kim amalga oshirishi mumkin?

A) tadbirkorning o'zi; B) boshqaruv apparati; D) yollangan menejer; E) tadbirkorning hamkori; F) barcha javoblar to'g'ri.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Axborot (tadbirkorlikda) – tadbirkorlik faoliyatini samarali tashkil etish va amalga oshirish uchun zarur bo'ladigan ma'lumotlar to'plami.

Axborot texnologiyasi – zamonaviy komputer texnikasi, axborot va bilimlar bazasi, intellektual, ekspertlar va qarorlarni qo‘llab-quvvatlash dasturlari yordamida axborotni izlash, to‘plash, tartibga solish, saqlash, uzatish jarayonlari majmuyi.

Boshqarish (keng ma’noda) – mo‘ljallangan maqsadga erishish uchun ishlarini rejalashtirish, tashkil etish, tartibga solish, nozarar qilish va xodimlarni taqdirlash jarayonlarini o‘zaro uyg‘unlashtirib amalga oshirish.

Boshqarish (aniq, tor ma’noda) – boshqarish subyektining boshqarish obyektiga uni istalgan holatga keltirish maqsadida boshqarish vositalari va usullari bilan ta’sir etishi.

Boshqarish funksiyalari – boshqarish faoliyatining alohida yo‘nalishlari.

Boshqarish jarayoni – boshqarish subyektining boshqarish obyektiga boshqarish vositalari va usullari bilan ta’sir etish jarayoni.

Boshqaruv qarorlari – boshqarishni tashkil etish va amalga oshirish maqsadida boshqaruvchlar tomonidan qabul qilinadigan qarorlar.

Boshqarish tamoyillari – boshqarish mezonlari, me’yorlari, talablari, qoidalari majmuyi.

Boshqaruv tizimi – korxonada shakllantirilgan boshqarish organi, boshqaruvchilar, boshqarish vositalari, usullari, uslubiyoti, strategiyasi va taktikasi majmuyi.

Boshqarish usullari – boshqarish subyektininig boshqarish obyektiga ta’sir etish usullari.

Boshqaruvchi – boshqarish funksiyasi (vazifasi) zimmasiga yuklangan va uni amalga oshiradigan shaxs.

Elektron hujjat aylanishi – elektron hujjatlarni jo‘natish, qabul qilish va saqlash jarayonlari.

Elektron raqamli imzo – elektron hujjatlardagi ochiq va yopiq elektron kalitlari orqali foydalanish mumkin bo‘lgan mazkur axbarot egasining qonunlarda ko‘rsatilgan tartibda sertifikatlangan hamda ro‘yxatdan o‘tkazilgan imzosi.

Elektron tijorat (savdo) – axborot tizimlaridan foydalanib amalga oshiriladigan, tovarlar sotish va xizmatlar ko‘rsatishga doir tadbirkorlik faoliyati.

Funksional boshqaruv tuzilmasi – boshqarish funksiyalarini bajarishni alohida mutaxassislar, bo‘limlarga birlashtirib qo‘yishga asoslangan tuzilma.

Ijtimoiy-psixologik boshqaruv usullari – xodimlarning ijtimoiy-psixologik holatiga ta’sir etish usullari.

Iqtisodiy boshqaruv usullari – xodimlarni moddiy taqdirlash, rag‘batlantirish, jazolash yo‘llari bilan ularning moddiy manfaatdorligiga ta’sir etish usullari.

Kollegiallik – korxonalarda muhim masalalarni hal etish va ular bo‘yicha qarorlar qabul qilishda jamoa a‘zolarining ham jalb qilinishi.

Ma‘muriy boshqaruv usullari – boshqarish obyektiga hokimiyat (hukmronlik) kuchi bilan ta‘sir etish usullari.

Matritsali boshqaruv tuzilmasi – vertikal va gorizontal boshqarish tizimlarini qo‘llab, boshqarish vazifalarini boshqaruv bo‘g‘inlari o‘rtasida qayta taqsimlashga asoslangan tuzilma.

Menejment – rivojlangan mamlakatlarda boshqaruv, boshqarish, boshqarish faoliyatini aks ettiruvchi termin (tushuncha).

Rahbar – yakkaboshchilik tamoyili va vazifalarini ro‘yobga chiqaruvchi shaxs, boshqaruv tizimining eng yuqori bo‘g‘ini va boshqaruvchisi.

Rahbarlik – korxon, tashkilot, muassasada yakkaboshchilik asosida umumiy boshqaruvni amalga oshirish.

Yakkaboshchilik – rahbarlik va boshqarish vazifalari va mas‘uliyatini bir shaxs zimmasiga yuklanishi.

Chiziqli boshqaruv tuzilmasi – quyi boshqaruv bo‘g‘inining faqat bitta yuqori boshqaruv bo‘g‘iniga bo‘ysinishi va barcha masalalar bir aloqa kanali orqali hal etilishiga asoslangan tuzilma.

XIII BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH ASOSLARI

13. 1. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH- NING ZARURIYATI VA AHAMIYATI

Tadbirkorlikda, biznesda muvaffaqiyat qozonishda yaqin va uzoq kelajakdagi maqsadlar va vazifalarni yaxshiroq anglab olish, aniqroq tasavvur qilish, ularni to'g'ri baholash va qo'yish muhim rol o'ynaydi. Bu ishlarni aniq bir tartibda amalga oshirish rejalashtirish orqali ta'minlanadi. Bundan tashqari, amalga oshirish ko'zda tutilgan faoliyatni chuqurroq va to'liqroq tushunish, aniqroq tasavvur etish uchun uni rejalashtirish zarur.

Rejalashtirish – bu ma'lum davrda mo'ljallangan maqsadga erishish uchun bajarilishi zarur bo'lgan harakatlar, ishlar, tadbirlar, vazifalar va ularni amalga oshirish aniq tartibi, izchilligi, muddatlari, xarajatlarini aniqlash hamda ularni muvofiqlashtirish jarayonidir. Rejalashtirish butun faoliyatni tartibga solish jarayoni bo'lib, tadbirkorlik subyektlarining kelajakdagi harakatlarini aniqlash, asoslash, belgilash, izohlash, nazorat etishga xizmat qiladi. U tadbirkorlik subyekti tomonidan belgilangan davr mobaynida bajarilishi zarur bo'lgan vazifalar aniqlashtirilgan rejalarda o'z aksini topadi.

Demak, bunday jarayon natijalari aks ettiriladigan hujjat reja yoki biznes reja bo'lib hisoblanadi. Reja – bu mo'ljallangan maqsadga erishishni ta'minlaydigan o'zaro muvofiqlashtirilgan harakatlar, ishlar, vazifalar va ularni bajarish tartibi, izchilligi, muddatlari, sarf-xarajatlari batafsil aniqlangan va aks ettirilgan hujjatdir. Rejalashtirish boshqaruv va xo'jalik qarorlari qabul qilishning uzluksiz bir jarayoni bo'lib, bu jarayon davomida tadbirkorlik faoliyati va rivojlanishining maqsad va vazifalari, tadbirkorlik muhitidagi o'zgarishlarni inobatga olgan holda vaqt bo'yicha aniqlanadi va belgilanadi hamda ularni ro'yobga chiqarish uchun kerakli resurslar aniqlanadi. Tadbirkorlikda rejalashtirishning zaruriyati va ahamiyati quyidagi holatlarda namoyon bo'ladi:

– tadbirkorlik g‘oyasi va ishini yaxshiroq tushunish va aniqroq tasavvur etish;

– tadbirkorlik g‘oyasini ro‘yobga chiqarishga ishonch hosil qilish;

– ishning istiqbolini aniqlash va prognoz qilish;

– maqsadlarni aniq ifodalash, shakllantirish, qo‘yish;

– maqsadga erishish yo‘llarini aniqlash, baholash, tanlash;

– maqsadga erishish uchun kerakli resurslar va ularning manbalarini aniqlash;

– resurslarni samarali taqsimlash va yo‘naltirish;

– mas‘ul xodimlarga aniq vazifalar qo‘yish;

– ish jarayonida uchrashi mumkin bo‘lgan xavf-xatarlarni oldindan aniqlash va ularni bartaraf etish choralari belgilash;

– tadbirkorlik strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish;

– olinadigan foydani samarali yo‘naltirish va ishlatish;

– ishning borishini nazorat qilib borish;

– tadbirkorlik faoliyatini samarali tashkil etish va boshqarish.

Bozor iqtisodiyoti rivojlanib borgan sari rejalashtirishning ahamiyati ortib, zaruriyati sezilib boradi. Rejalashtirish tadbirkorlik faoliyati istiqbollarini chuqurroq o‘rganish, qo‘yilgan maqsadga erishishda kuch-g‘ayratni muvofiqlashtirish va aniq yo‘naltirish, ishni borishini aks ettiruvchi ko‘rsatkichlarni aniqlash, bozordagi kutilmagan o‘zgarishlarga tayyor bo‘lish, rahbarlar va xodimlarning majburiyatlari va mas‘uliyatlarini belgilashda katta ahamiyat kasb etadi. Biznes reja tadbirkor uchun faoliyatining strategik yo‘nalishlari va maqsadlari, ularni ro‘yobga chiqarish shart-sharoitlari va muddatlarini belgilash imkoniyatlarini ta‘minlaydi. Ayni paytda, u tadbirkorning kundalik va moliya-xo‘jalik faoliyati asosini tashkil etadi va faoliyat natijalarini muntazam nazorat qilib borish uchun muhim rol o‘ynaydi. Tuzilgan rejalar esa xodimlar uchun tadbirkorlik faoliyatining boshlang‘ich nuqtasi, rejalashtirish va ijrochilik intizomi uchun bazis bo‘lib xizmat qiladi.

Rejalashtirish tadbirkorga, korxonahabariyatiga marketing, moliya, menejment (boshqarish) sohalarida strategiyaning variantlarini shakllantirish va sinab ko‘rish, asosiy prognozlarning oqibatlarini tahlil qilish imkonini beradi. Rejalashtirish jarayonida rahbariyat tomonidan turli senariyalar o‘ynalib, biznesda muvaffaqiyatga erishish uchun xalaqit berishi mumkin bo‘lgan to‘siqlar ko‘rib chiqiladi. Senariyalarni ishlab chiqish rahbariyatga bu to‘siqlarni oldindan ko‘ra bilish va ularni

bartaraf etish yo‘llarini belgilab qo‘yish imkonini beradi. Natijada tadbirkor (rahbariyat) o‘z faoliyatini boshlashdan avval uning muvaffaqiyatiga ishonch hosil qiladi yoki bartaraf etish qiyin bo‘lgan to‘siqlarni aniqlab, bu ishdan voz kechishi yoxud yo‘nalishini o‘zgartirishi mumkin. Belgilangan moliyaviy-iqtisodiy ko‘rsatkichlarni izohlash va asoslash biznesning barcha jihatlarini (tomonlarini) baholashni talab qiladi hamda barcha bo‘lg‘usi muammolar sharhi uchun asos bo‘lib xizmat qiladi. Prognozlar esa tadbirkorlar, korxonalar pul mablag‘lariga qanday va qachon muhtojlik sezadi, ulardan qanday foydalanadi va ular qanday qaytariladi degan savollarga javob beradi.

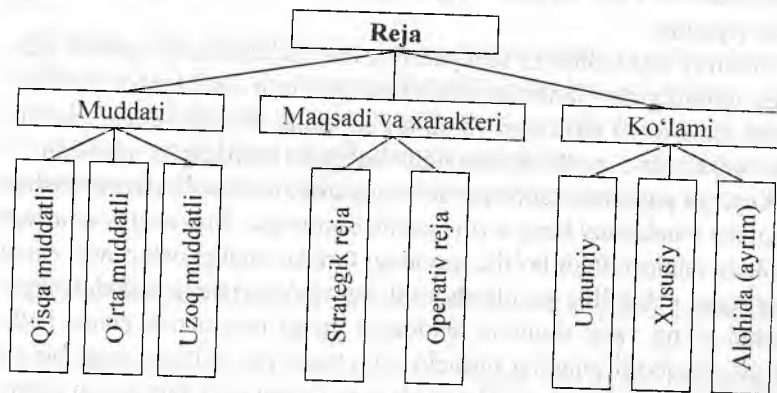
Rejalashtirish jarayoni tadbirkor va uning xodimlarini mazkur ishning raqobatbardoshligiga ta‘sir etuvchi aniq sharoitlar va omillarni tahlil qilishga majbur etadi. Natijada biznes reja tuzishda ishtirok etuvchi tadbirkor va xodimlarga har tomonlama takomillashib borish va boshqarish strategiyasini shakllantirish imkoniyatini beradi va shunday qilishga undaydi.

Rejalarning turlari ko‘p bo‘lib, biz ularni quyidagicha tasniflashni lozim topdik (13. 1- chizmaga qarang):

1. Amal qilish muddati bo‘yicha:

a) yilgacha muddatga tuziladigan qisqa muddatli reja (u joriy reja hisoblanadi);

b) yildan 5 yilgacha muddatga tuziladigan o‘rta muddatli reja (u istiqbolli reja hisoblanadi);



13. 1- chizma. Tadbirkorlikda rejalarining turlari

d) yil va undan ortiq muddatda tuziladigan uzoq muddatli reja (u ham istiqbolli reja hisoblanadi).

2. Maqsadi va xarakteri bo'yicha:

a) strategik reja;

b) operativ reja.

3. Miqyosi (ko'lami) bo'yicha:

a) umumiy reja;

b) xususiy rejalar;

d) alohida rejalar;

Strategik reja tadbirkorlik subyektlarining maqsadi va imkoniyatlarini o'zaro strategik muvofiqligini ta'minlash va ushlab turishga mo'ljallangan rejadir. U korxonada doirasida tuziladigan barcha turdagi rejalar uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Strategik rejalashtirish quyidagi to'rt bochqichda amalga oshiriladi va shunga mos ravishda to'rt qismdan iborat bo'ladi:

1) korxonaning asosiy strategik maqsadini aniqlash, shakllantirish, asoslash, ifodalash;

2) har bir boshqarish bo'g'ini va boshqaruvchining vazifalarini aniqlash va belgilash;

3) faoliyat turlarining foydalilik darajasini baholash va shunga muvofiq resurslarni taqsimlash;

4) faoliyatning o'sish (rivojlanish) strategiyasini aniqlash.

Operativ reja – har bir ish joyi va uchastkada hamda har bir ishchi tomonidan ish kuni, haftasi, oyida bajarilishi lozim bo'lgan vazifalar, ishlar rejasidir.

Umumiy reja tadbirkor faoliyatining barcha jabhalarini qamrab olib, uning umumiy rivojlanishini aks ettiradigan reja hisoblanadi. Xususiy rejalar faoliyat yo'nalishlari va turlari bo'yicha, alohida rejalar esa alohida funksiyalar, vazifalar, masalalar bo'yicha tuziladigan rejalaridir.

Keyingi paytlarda tadbirkorlik faoliyatini, biznesni rejalashtirishda yangicha yondashuv keng o'rin egallab bormoqda. Bu yangi yondashuv uzluksiz rejalashtirish bo'lib, quyidagi tarzda amalga oshiriladi. Amal qilayotgan uch yillik yoki besh yillik istiqbolli rejaning muddati tugagandan so'ng yana shuncha muddatga yangi reja tuzish emas, balki har yili istiqbolli rejaning birinchi yili chiqarilib, oxiriga yangi bir yil qo'shib boriladi. Hisobot yili oxirida yangi yilga joriy reja tuzish uchun istiqbolli rejaning birinchi yili ko'rsatkichlari batafsillashtirilib, joriy

rejaga aylantiriladi, istiqbolli rejaning qolgan yillariga keyingi yana bir yil qo‘shiladi va unga tegishli ko‘rsatkichlar belgilanadi, istiqbolli reja davom ettiriladi va to‘liq holatga keltiriladi. Bunday rejalashtirishning afzalligi shundan iboratki, u vaqti-vaqti bilan uzilib turadigan siklli jarayon emas, balki uzluksiz, izchil, yagona jarayon tusini oladi. Bu esa tadbirkorlik faoliyatining uzluksizligi, samaradorligi va raqobatbardoshligini ta‘minlashda muhim rol o‘ynaydi.

Rejalashtirish istiqbolli strategik reja tuzishdan boshlanadi. Istiqbolli rejada tadbirkorlik faoliyatining shu davrga belgilangan maqsadlari, ularga erishishga mo‘ljallangan foydani olishga ta’sir etuvchi omillar va kerakli strategiyalar, xarajatlar va kutilgan daromad umumiy ko‘rinishda aks ettiriladi. Joriy reja istiqbolli rejaning birinchi yili uchun belgilangan ko‘rsatkichlar batafsil, aniq, mufassal holatga keltirilgan variantidir. Bu rejada joriy yilga belgilangan maqsadlar va ularga erishish imkoniyatlari, mavjud muammolar va uchrashi mumkin bo‘lgan xavf – xatarlar, ularni bartaraf etish chora-tadbirlari, mo‘ljallangan natijalarga erishish uchun bajarilishi zarur bo‘lgan ishlar va harakatlar, ularni amalga oshirish bosqichlari, muddatlari, xavf – xatarlari, mas’ul ijrochilari aniqlangan va belgilangan harakatlar dasturi, uning bajarilishini nazorat qilish tartibi va boshqa muhim masalalar o‘z aksini topadi. Bu reja faoliyatning barcha sohalari, turlari, jarayonlari, bosqichlari, ishlari, harakatlarini o‘zaro muvofiqlashtirish uchun asos bo‘lib xizmat qiladi.

Shunday qilib, rejalashtirish shakllangan vaziyatni aniqroq, har tomonlama ko‘rish, tizimli tasavvur qilish, tadbirkor kuch-g‘ayratini yaxshiroq muvofiqlashtirish, vazifalarni aniqroq qo‘yish, natijalarni qiyosiy baholash, mavjud imkoniyatlardan foydalanish darajasini aniqlashga yordam beradi. Bu esa mahsulot sotishni va foydani oshirishga olib keladi.

13. 2. TADBIRKORLIKDA BIZNES REJA VA UNING TARKIBI

Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish biznes reja ishlab chiqish jarayonidan iborat bo‘ladi. Biznes reja faoliyatning barcha turdagi rejalarini – strategik va operativ rejalar, umumiy, xususiy va alohida rejalar,

qisqa, oʻrta va uzoq muddatli rejalarni oʻz ishiga oladigan rejalar majmuyidir. Biznes reja tadbirkorlik subyektining oʻsib borish istiqbol-larini taʼminlash, bozordagi mavqeyini koʻtarish, yangi mahsulotni oʻzlashtirish va ishlab chiqarish, yuksak natijalarga erishish yoʻllarini aniqlash va tanlashga xizmat qiladi. U tadbirkorga quyidagi masalalar-da yordam beradi:

- tadbirkorlik faoliyatining aniq yoʻnalishi va turlari, maqsadli bo-zori va uyerda oʻrnini aniqlash;

- qisqa va uzoq muddatli maqsadlarini belgilash hamda ularni roʻyobga chiqarish strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish;

- moʻljallangan maqsad va vazifalarni amalga oshiradigan xodim-lar, ularning salohiyati va taqdirlash tartibini aniqlash;

- ishlab chiqariladigan tovar (yaratiladigan xizmat) turlarini tanlash hamda taklif tarkibini belgilash;

- ishlab chiqarish va sotish xarajatlarini aniqlash;

- talab va bozorni oʻrganish, reklama va taqdimotlar oʻtkazish, mah-sulot sotishni tashkil qilish chora-tadbirlarini belgilash;

- maqsadga erishish uchun kerakli moddiy-moliyaviy resurslarni baholash;

- uchrashi mumkin boʻlgan xavf-xatarlarni oldindan aniqlash va ularga tayyor boʻlish;

- oʻz ishining borishini nazorat qilib borish.

Tadbirkor biznes rejadan koʻproq bozordagi vaziyatni baholash va unga mos strategiyani aniqlash, investorlarni topish va jalb etish uchun foydalanadi. Shuning uchun sifatli tuzilgan biznes reja tadbir-korlik faoliyatining samaradorligini taʼminlovchi vosita hisoblanadi. Biznes rejaning muayyan vaqt mobaynida amal qilishi va bajarilishi investorlar va boshqa hamkorlar uchun juda muhimdir. Biznes reja tadbirkorning biznes maqsadlarini belgilash va shu yoʻnalishda rivoj-lanishini barqarorlashtirishga yordam beradi. U biznesni butun sikli davomida yoʻnaltirib turadi, tahlil qilib borish va kerakli oʻzgartirishlar kiritib borish uchun asosiy vosita boʻlib xizmat qiladi.

Tadbirkorlikda biznes reja tuzishning asosiy maqsadlari quyidagi-lardan iborat:

- tadbirkor imkoniyatlarini va bozor talabiga mos ravishda uning xo‘jalik faoliyatini yaqin va uzoq muddatlarga rejalashtirish;
- ko‘zda tutilgan natijalarga erishishning reallik darajasini aniqlash;
- ma‘lum shaxslar doirasiga yangi ishni tashkil etish yoki mavjud ishni qayta tashkil etishning maqsadga muvofiqligini isbotlab berish;
- mavjud yoki bo‘ljajak xodimlarni mo‘ljallangan ko‘rsatkichlarga erishish mumkinligiga ishontirish.

Biznes reja tashqi foydalanuvchilar uchun ham muhim hujjat hisoblanadi. Ular tadbirkorning biznes rejasi bilan tanishib, ishning istiqbolli, tadbirkorning esa ishonchli ekanligini baholashlari va undan so‘ng bir qarorga kelishlari mumkin. Shuning uchun ularning tadbirkorni moliyaviy va strategik qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha qarorlari biznes reja va uning tayyorlanishiga ham bog‘liqdir.

Kreditorlar, investorlar, hamkorlar uchun biznes reja quyidagi aniq maqsadlarga xizmat qiladi:

- biznes (ish, g‘oya) ning realligi va istiqbolligiga ishonch hosil qilish;
- mazkur ishdan manfaat ko‘rishga ishontirish;
- beriladigan (qo‘yiladigan) mablag‘lar nima uchun va qanday ishlatilishini aniq bilish;
- kreditlarning qaytarilishiga ishontirish;
- kreditlarning qachon va qanday qaytarilishini bilish;
- tadbirkorning ishonchli hamkor ekanligini tushunish.

Tadbirkorlikda biznes rejaning funksiyalari quyidagilar:

1. Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish-faoliyatini samarali amalga oshirish va yangi yo‘nalishlarni rivojlantirish imkoniyatlarini baholash, kechayotgan jarayonlarni nazorat qilish, natijalarni aniqlash va tahlil qilish;

2. Tadbirkorlik strategiyasini ishlab chiqish bazasini yaratish – tadbirkorlik faoliyatini boshlash, kerakli resurslar bilan ta‘minlash, amalga oshirish, yangi yo‘nalishlarni aniqlash, tashkil etish, boshqarish va hokazolar;

3. Pul mablag‘larini jalb qilish;

4. Ishga o'z sarmoyasi yoki texnologiyasi bilan ishtirok etishni istaydigan hamkorlarni jalb etish.

Biznes rejaning asosiy va umumiy vazifasi tadbirkorlik faoliyati va uning istiqbolini aniq, asosli, yaxlit tarzda ifodalab berish hisoblanadi. Shuning bilan birga, uning alohida vazifalari ham mavjud. Ular quyidagilar:

- tadbirkorlik faoliyatining aniq sohalari va yo'nalishlari, mo'ljallangan bozori va unda tadbirkorning o'rini aniqlash;

- tadbirkorlik faoliyatining uzoq va qisqa muddatlardagi maqsadlari, ularga erishish strategiyasi, taktikasi va mas'ul xodimlarni belgilash;

- ishlab chiqarilishi ko'zda tutilgan tovarlar (xizmatlar)ni tanlash, ularning turlari va ko'rsatkichlarini baholash;

- mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlarini aniqlash va baholash;

- o'ylangan ishni amalga oshirish uchun kerak bo'ladigan resurslar va shart-sharoitlarni aniqlash, ular bilan ta'minlash imkoniyatlarini baholash;

- marketing va menejment sohasida kompleks tadbirlarni belgilash;

- kelajakda uchrashi mumkin bo'lgan qiyinchiliklar va xavf-xatarlarni oldindan aniqlash va ularning salbiy ta'sirini pasaytirish choralarini ko'rish;

- hamkorlar topishga ko'maklashish, ularni mazkur ishga qiziqtirish va unga ishtirok etishga ko'ndirish.

Tadbirkorlikda biznes reja maqsadlari, vazifalari va funksiyalari umumlashtirilgan holda 13.2 – chizmada keltirilgan.

Biznes reja tuzishga ham, uning tarkibi, strukturasi ham tadbirkorlik faoliyatining xususiyatlari va rejaning maqsadlari, kreditorlar, investorlar, hamkorlarning shaxsiy talablariga muvofiq har xil bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, biznes reja ichki foydalanuvchi va xodimlar yoki tashqi foydalanuvchi kreditorlar, investorlar, hamkorlarga mo'ljallanishiga qarab ham farq qiladi. Ammo biznes rejaning shakli va tuzilishidan qat'i nazar unda aks ettiriladigan shunday masalalar borki, ular har qanday biznes rejada bo'lishi shart. Bunday masalalar biznes rejaning asosiy mazmunini tashkil etadi va ularga quyidagilar kiradi:

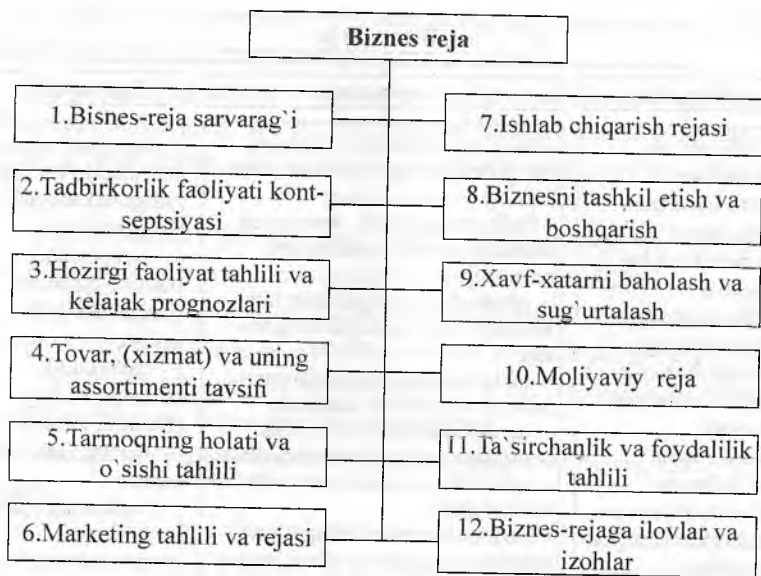


13. 2- chizma. Biznes reja asoslari.

- tadbirkor qanday ish bilan shug'ullanadi?
- uning maqsadi nima?
- belgilangan maqsadga erishish uchun qanday strategiya va taktika tanlab olinadi?
- tadbirkorlik faoliyati uchun qancha moddiy, moliyaviy va boshqa resurslar kerak?
- ulardan qancha muddatga va qanday foydalaniladi?
- chetdan olingan qarzlar va investitsiyalar qachon va qanday qaytariladi?

Biznes rejaning strukturasi, alohida qismlari va ularning mazmuni umumiy ko'rinishda quyida keltirilgan (13. 3- chizmaga qarang):

1. Biznes rejaning sarvarag'i. Sarvaraqda tadbirkorning ismi-sharifi, manzli, telefon va telefaks raqamlari, loyiha nomi va maqsadi, rejadagi ma'lumotlarning maxfiyligi, reja tuzilgan vaqt va tuzuvchilar ism-shariflari aks etadi.



13. 3- chizma. Tadbirkorlikda biznes reja tarkibi.

2. Tadbirkorlik faoliyati konsepsiyasi. Bu bo'limda tadbirkorlik g'oyasi va strategik maqsadi, yo'nalishi va faoliyat turi, taklif etiladigan tovar (xizmat) va uning turlari, maqsadli bozor, uning sig'imi, istiqbollari va egallash mumkin bo'lgan qismi, unda talab, narx va raqobat, taklif etiladigan tovar (xizmat)ning bozordagi o'xshashlaridan farqiy ustunligi va, umuman, raqobatbardoshligi, boshqa bozorlarga chiqish imkoniyatlari, tarmoqning o'sish sur'atlari va istiqbollari, tadbirkorlik faoliyati yo'nalishining iqtisodiyot rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga aloqadorligi, ishni amalga oshirish uchun kerak bo'ladigan tashkiliy tuzilma hamda moddiy, moliyaviy, mehnat, intellektual resurslar, ular bilan ta'minlash manbalari va imkoniyatlari, maqsadga erishish strategiyasi va ishning foydaliligi qisqa va umumiy tarzda ifoda etiladi.

3. Tadbirkorning faoliyati va kelajakdagi rejalar. Mazkur bo'limda tadbirkorning o'tmish faoliyati, kelgusidagi rejalar, faoliyat turlari va savdo belgisi, mahsulot turlari va uning markasi, ularni sotish imkoniyatlari, biznesning asosiy maqsadlari, investorlari va rahbarlari, oldingi yutuqlari va hozirgi kuchli tomonlari, oldingi muammolari va hozirgi

zaif tomonlari, tadbirkor (korxon) muvaffaqiyatining asosiy omillari, texnikaviy rivojlanish va qayta jihozlash tadbirlari, foydalanayotgan texnologiyalari, moliyaviy hisob yurtish uslubiyoti, buxgalteriya hisobining foydalanilayotgan tizimi, mulkni sug'urtalash, xavfsizlik tizimi, korxon) joylashgan hududi bo'yicha ishlab chiqarish majmuasining tavsifnomasi, korxon) o'r mashgan joyning ijobiy va salbiy jihatlari o'z aksini topadi.

4. Ishlab chiqarilayotgan mahsulot (ko'rsatilayotgan xizmat) turlari. Bu bo'limda mahsulot va xizmatlar turi, sotilgan mahsulot turlari bo'yicha tannarxi va foyda, mahsulot iste'molchilari, mulkdorning patentlari va huquqlari, strategik imkoniyatlari, mahsulotni yangilash, turlarini kengaytirish yoki modernizatsiya qilish rejalari, yangi mahsulot ishlab chiqish prognozlar, sotish tizimida mo'ljallanayotgan o'zgarishlar va ularning sabablari aks ettiriladi.

5. Tarmoq ishining tahlili. Unda tarmoqning hajmi va o'sish darajasi, raqobat, ishlab turgan korxon)larning tarmoqqa kirishi va undan chiqib ketishiga to'siqlar, tarmoqda innovatsiya va texnologiyalarni modernizatsiya qilishning roli, qonunchilik bilan tartibga solish, iqtisodiy tamoyillar, keyingi bir necha yilda tarmoqda mahsulot sotish hajmi, keyingi yillarda tarmoqda paydo bo'lgan yangi mahsulotlar, asosiy raqiblar, ularning mazkur bozordagi roli va sotish hajmining o'sish sur'atlari, kuchli va zaif tomonlari, asosiy raqibning moliyaviy ahvoli, xaridorlar har bir guruhining tavsifi tahlil qilinadi.

6. Marketing rejasi va strategiyasi. Mazkur bo'limda mo'ljallangan iste'molchilar tavsifi va ta'rifi, bozor segmentlari, hajmi va o'sishi, raqiblar, ularning kuchli va zaif tomonlari, xaridorlar, ularning mahsulot to'g'risidagi fikrlari va uni sotib olish sabablari, segmentlar bo'yicha sotish va foyda hajmi, tadbirkorning hozirgi va taxmin qilayotgan bozor ulushi, sotishdan keyingi va kafolatli xizmat ko'rsatish, narx va kredit siyosati, reklama strategiyasi, mahsulotning sifati va tashqi ko'rinishi, uni yetkazib berish va sotish usullari savdo-sotiqni rag'batlantirish tizimi, qo'llanilayotgan marketing strategiyasi va marketing xarajatlari, ularning samaradorligi bayon qilinadi.

7. Tadbirkorning ishlab chiqarish rejasi. Bu yerda ishlab chiqarish va xarajatlarning joriy va rejalashtirilayotgan darajalari, ishlab chiqarish jarayoni va mahsulot sifatini nazorat qilish tartibi, xomashyoga bo'lgan ehtiyoj, uning manbalari, sotib olish tartibi va xarajatlari, turli materiallarni yetkazib berish manbalari va shart-sharoitlari, binolarga bo'lgan

ehtiyoj va ularning mavjudligi yoki olish imkoniyatlari, ishlab chiqarish quvvatlarining mavjudligi va unda ko'zda tutilgan o'zgarishlar, kerakli uskunalar ro'yxati, ular bilan ta'minlanishi va bo'lajak xarajatlar, ishlab chiqarish-texnologik jarayon sikli va bosqichlari, ularni amalga oshirish muddatlari, xodimlarning mavjudligi va ularning malakasi, savdo korxonasi uchun esa savdo-sotiq jarayonlari, tovar olish manbalari, tovarlarni saqlash uchun omborlarning mavjudligi, tovar zaxiralarini boshqarish tizimi va boshqa masalalar o'z aksini topadi.

8. Biznesni tashkil etish va boshqarish. Bu bo'limda korxonaning tashkiliy tarkibi va unda kutilayotgan o'zgarishlar, korxonaning tashkiliy-huquqiy va mulkchilik shakllari, sheriklar, hamkorlar va aksiyadorlar, rahbarlar, egalik qiluvchilar va menejerlar, ularning tavsifi va har birining roli, vazifalari, maoshlari, taqdirlash shakllari, boshqaruv qarorlari qabul qilish tartibi va boshqalar bayon etiladi.

9. Xavf-xatarni baholash va sug'urtalash. Bu bo'lim ikki qismdan iborat bo'ladi. Birinchi qismida uchrashi mumkin bo'lgan barcha xavf-xatarlar ro'yxati tuzilib, ularning har biri keltirishi mumkin bo'lgan zarar baholanadi. Ikkinchi qismida esa xavf-xatarlarni oldini olish va ularning zararlarini kamaytirish chora-tadbirlari, shuningdek, sug'urtalash dasturi aks ettiriladi.

10. Moliyaviy reja. Bu reja quyidagilarni o'z'ichiga oladi: tadbirkorning o'tgan va hozirgi davrdagi moliyaviy ahvoli, oxirgi uch yildagi foyda va zararlar, balanslari va moliyaviy holatidagi o'zgarishlar, kelgusi uch yilga prognoz qilinayotgan foyda va zararlar, balanslar, zararsizlik nuqtasi, pul oqimlari, hozirgi va prognoz qilinayotgan moliyaviy koeffitsiyentlar va ularning tarmoq o'rtacha ko'rsatkichlari bilan qiyosiy tahlili, moliyaviy resurslarga umumiy ehtiyoji, ularni olish va shakllantirish manbalari, chetdan olish kerak bo'lgan mablag' mulkdori va olish shartlari, qarzni qaytarish grafigi (taqvim), investitsiyaning foydaliligini baholash, prognoz qilinayotgan moliyaviy ko'rsatkichlar hisob-kitobi va ularni asoslovchi hujjatlar, moliyaviy-buxgalteriya hisob yuritish tizimi va boshqalar.

11. Ta'sirchanlik tahlili. Bu yerda moliyaviy prognozlarning uch darajasi-voqealarning eng yaxshi rivojlanib borishi, eng ko'p ehtimol qilingan senariyasi, eng yomon senariyasi ko'rib chiqiladi. Loyiha va strategiya uchun asos bo'lgan takliflarni o'zgartirish yo'li bilan tadbir-

kor (korxon) uchun kelgusidagi voqealarning ma'qul va noma'qul oqibatlari baholanadi va har bir variantida ishning (loyihaning) foydali-ligi aniqlanadi.

12. Biznes rejaga ilovalar va izohlar. Biznes rejaga ilova qilinadigan va izohlanadigan asosiy hujjatlar quyidagilar: bozor tahlili, mahsulot xususiyatnomasi (spetsifikatsiyasi) va suratlari, reklama materiallari, tashkiliy tarkib chizmasi, moliyaviy hisob-kitoblar va hisobotlar, shart-nomalar, soliq to'lashga oid ma'lumotnomalar, kreditorlar, xomashyo yetkazib beruvchilar va boshqalarning kafolat xatlari, kredit operatsiyalari to'g'risidagi hisobotlar, korxon (tadbirkor) ning huquqiy huj-jatlari va boshqalar.

Shunday qilib, biznes rejaning umumiy strukturasi yuqoridagi ko'rinishga esa bo'ladi. Aytib o'tilganidek, u turli korxonalarda turlicha bo'lishi tabiiydir. Lekin strukturasi qanday bo'lganda ham asosiy talab – tadbirkor, korxon o'z oldiga qo'ygan maqsad, unga erishish yo'llari va imkoniyatlari, zarur bo'ladigan resurslar va ularning ta'minoti singari muhim masalalarni aniq va ishonchli aks ettirishdir.

13. 3. TADBIRKORLIKDA BIZNES REJA TUZISH TARTIBI

Biznes reja va moliyaviy prognozlash har qanday biznes uchun rejalashtirish va boshqarish vositasi sifatida ham, zarur sarmoyani jalb qilish va mablag' bilan ta'minlash usuli sifatida ham hayotiy muhim ahamiyat kasb etadi. Mablag' bilan ta'minlash manbalari va usullaridan qat'i nazar, kreditor va investor har tomonlama asoslangan biznes reja taqdim etilishini kutadi hamda talab qiladi. Biznes reja ularni tadbirkor faoliyatining o'tgan va hozirgi davrdagi ahvoli, kelgusidagi rivojlanish istiqbollari to'g'risida ishonchli axborot bilan ta'minlashi kerak. Shuning uchun biznes reja tuzishga bir qator talablar qo'yiladi.

Biznes reja har xil toifali odamlarga, hattoki bozor, iqtisodiyot, investitsiya, tovar to'g'risida bilimi cheklangan kishilarga ham tushinarli bo'lishi lozim. Buning uchun u sodda, mantiqan ravon va izchil shakl-da yozilishi, joyi kelganda, jadvallar qo'yilishi, muhokama qilinadigan muammolar va ishlatiladigan murakkab qo'shma so'zlar haddan tashqari ko'payib kelmasdigi, lekin shuning bilan birga u mukammal bo'lishi kerak. Biznes reja qisqa va lo'nda bo'lishi, ammo biznes to'g'risidagi barcha muhim ma'lumotlarni o'z ichiga olishi lozim. Biznes odamlarining vaqti ziqligi va biznes reja bilan tanishish uc-

hun ko'p vaqt ajrata olmasliklarini e'tiborga olish maqsadga muvofiq. Biznes rejaning katta hajmi boshqalarning u bilan tanishib chiqish ishtiyoqini so'ndirishi mumkin. Chunki boshqalarni biznes rejaning hammasi emas, balki undagi ayrim ma'lumotlar qiziqtiradi. Shuning uchun biznes rejaning to'liq variantidan tashqari qisqartirilgan va aniq foydalanuvchiga mo'ljallangan variantini ham tayyorlash maqsadga muvofiqdir. Rejaning qisqa va yo'naltirilgan variantida aniq foydalanuvchini qiziqtiradigan qismi batafsil, qolgan qismlari esa umumiy tasavvur hosil qiladigan darajada lo'nda, mukammal bo'lishi kerak. Bundan tashqari, biznes reja rezyume bilan ta'minlanishi va uni tayyorlashga juda katta e'tibor berish zarur. Rezyumeda ishning mohiyati, maqsadi, istiqbollari juda aniq, qisqa, lo'nda, mukammal va ta'sirchan qilib aks ettiriladi. Shuning uchun ham u biznes-reja tuzib tugallangandan so'ng tayyorlanadi va rejaning yuziga sarvarag'idan keyin qo'yiladi. Mazkur biznes bilan qiziquvchi odam birinchi bo'lib biznes rejaning rezyumesi bilan tanishib, o'zini qiziqtirgan savollarga javob olishi hamda rejani o'rganib chiqish to'g'risida bir qarorga kelishi kerak.

Biznes reja va uning har bir bo'limi yetarli darajada asoslangan bo'lishi lozim. Uning asoslanganligi quyidagilarda namoyon bo'ladi:

- maxsus dastur bo'yicha amalga oshirilgan tadqiqotlar ma'lumotlari, xulosalari, tavsiyalariga asoslanishi;

- tadbirkorlik faoliyatining yutuqlari, muammolari va imkoniyatlari, kuchli va zaif tomonlari, raqiblardan farqlari va ustunligini aniqlab berishga qaratilgan tahlilga asoslanishi;

- muayyan tovar ishlab chiqarish (xizmatlar ko'rsatish) aniq loyihasiga asoslanishi;

- ishlab chiqilgan investitsion-moliyaviy dasturga asoslanishi;

- qo'yiladigan vazifalarni bajarishni ta'minlash maqsadida ishlab chiqilgan texnik-iqtisodiy, moliyaviy, tashkiliy mexanizmlarga asoslanishi;

- texnik-iqtisodiy hisob-kitoblar bilan tasdiqlangan chora-tadbirlar majmuyiga asoslanishi;

- tavakkalni aniqlash va baholash, xavf-xatarlarni sug'urtalash dasturiga asoslanishi;

- tadbirkorlik faoliyatining rivojlanish konsepsiyasiga asoslanishi va hokazo.

Bu yerda shuni ta'kidlab o'tish lozimki, biznes rejada ishning texnik bayonidan ko'ra iqtisodiy mantiqiga ko'proq e'tibor berish kerak.

Biznes reja potensial kreditorlar, investorlar, hamkorlarni shu ishga ishtirok etib, foyda olishlariga ishonтира olishi zarur. Aks holda u o'z vazifasini bajara olmagan hisoblanadi. Shuning uchun biznes rejadagi takliflar, istiqbol, tavakkal, natijalar, imkoniyatlar to'g'ri, aniq, haqiqiy, real baholanishi va aks ettirilishi, texnik-iqtisodiy hisob-kitoblar, raqamlar, faktlar yetarli darajada asoslangan, aniq, ishonchli bo'lishi lozim. Rejada jiddiy o'ylab ko'rilmagan takliflar va noreal, noaniq da'volar bo'lmasligi kerak.

Ichki foydalanish uchun biznes reja va ayniqsa uning moliyaviy-budjet qismi (sarmoyani sarflash smetasi) tashqi foydalanuvchilar uchun mo'ljallangan biznes rejaga qaraganda birmuncha mufassalroq tuzilishi lozim.

Demak, biznes reja shunday shaklda va mazmunda tuzilgan bo'lishi kerakki, u tadbirkorlik faoliyatini boshlash, amalga oshirish va natijalariga oid barcha savollarga to'liq va aniq javob bera olsun, u bilan qiziqqan bo'lajak hamkorlar esa taklif etilayotgan ish va unda o'z ishtiroki darajasi va manfaatdorligi to'g'risida aniq tasavvur hosil qilsin. Qo'yilgan aniq maqsadga muvofiq biznes rejaning konsepsiyasi, mantiqiy rivojlanishi, takliflarning tuzilishi yagona bir falsafaga asoslangan bo'lishi zarur. Bunday puxta o'ylangan falsafani shakllantirish va biznes reja tuzishning boshidan oxirigacha unga amal qilish muhimdir.

Tadbirkorlikda biznes reja turli muddatlarga – bir oydan bir necha yillarga mo'ljallab tuzilishi mumkin. Ko'pincha biznes reja joriy (bir yillik) va istibolli (uch, besh yillik ko'rinishlarda tuziladi). Tadbirkor va uning xodimlarida biznes reja tuzish va uni ro'yobga chiqarish bo'yicha tajriba oshib borgan sari rejalashtirish va rejaga kerakli aniqliklar kiritish ishlari ham takomillashib, yengillashib boradi.

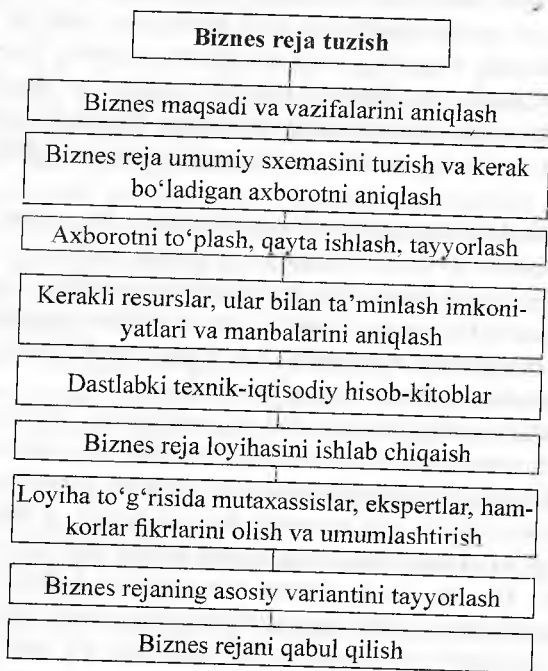
Biznes reja tuzishga asosan ikki xil yondashuv mavjud. Birinchi yondashuv shundan iboratki, biznes reja tadbirkor buyurtmasiga asosan konsalting firmasi yoki axborot-maslahat markazi tomonidan tuziladi. Bunda tadbirkor biznes reja tuzuvchi firmani tanlab, u bilan shartnoma imzolaydi va biznes reja tuzish uchun kerakli ma'lumotlarni unga taqdim etadi. Bunday holda biznes reja tuzishda tadbirkorning o'zi ishtirok etmaydi va o'z ishini rejalashtirish jarayonidan chetda qoladi.

Ikkinchi yondashuvda biznes rejani tadbirkor o'z xodimlari bilan birgalikda tuzadilar. Buning uchun tadbirkor (korxonahabari) tomonidan biznes reja tayyorlovchi maxsus guruh tashkil etilib, unga mas'ul

rahbar tayinlanadi. Kerak bo'lganda, kreditorlar, investorlar va tegishli mutaxassislardan maslahatlar oladilar. Lekin tadbirkor (korxonah bari) ning biznes reja tayyorlash jarayonida bevosita ishtirok etishi maqsadga muvofiq. Tadbirkor bu jarayonda faol ishtirok etganda, birinchidan, u o'ylagan yoki amalga oshirayotgan ishni batafsilroq, yaxshiroq tushinib oladi, ikkinchidan esa, o'z ishini boshqalardan ko'ra to'liqroq va yaxshiroq bilgani sababli biznes rejani mukammalroq tayyorlashda katta rol o'ynaydi.

Biznes reja ishlab chiqish jarayoni umumiy holda 13.4- chizmada ko'rsatilgan tartibga olib boriladi:

Shunday qilib, biznes reja yetarli darajada to'liq, batafsil, mukam-mal va, shuning bilan birga, foydalanuvchilar uchun tushunarli va jozi-bador bo'lishi kerak. Shundagina u bilan tanishgan potentsial kreditor-lar, investorlar, hamkorlar mo'ljallangan ishni yaxshiroq tasavvur qi-lishlari va unga qiziqishlari mumkin.



13. 4- chizma. Tadbirkorlikda biznes reja tuzish bosqichlari.

QISQACHA XULOSALAR

Tadbirkorlik faoliyati muvaffaqiyatini ta'minlaydigan vositalardan biri rejalashtirish hisoblanadi. Rejalashtirish – ma'lum davrda mo'ljallangan maqsadga erishish uchun bajarilishi zarur bo'lgan harakatlar, ishlar, tadbirlar, vazifalar va ularni amalga oshirish tartibi, izchilligi, muddatlari, xarajatlarini aniqlash hamda ularni o'zaro muvofiqlashtirish jarayonidir. Bu jarayon tadbirkorlik faoliyati istiqbolini chuqurroq aniqlash, maqsadga erishish uchun kuch-g'ayratni muvofiqlashtirish va aniq yo'naltirish, kutilmagan o'zgarishlarga tayyor bo'lish, rahbarlar va xodimlarning vazifalari va mas'uliyatini belgilashga xizmat qiladi.

Tadbirkorlikda faoliyatning barcha turdagi rejalarini o'z ichiga oladigan biznes reja tuzish keng qo'llaniladi. Biznes reja tadbirkorning o'zi uchun ham, hamkorlari uchun ham zarur. Tadbirkor biznes rejadan ko'proq bozordagi vaziyatni baholash va unga mos strategiyani aniqlash, investitsiyalar jalb qilish uchun foydalanadi. Tashqi foydalanuvchilar biznes reja bilan tanishib, ishning istiqbolli, tadbirkorning esa ishonchli ekanligini baholashlari, mazkur tadbirkor bilan hamkorlik qilish yoki qilmaslik borasida bir qarorga kelishlari mumkin. Bu esa biznes rejaning qanday tayyorlanganligiga ham bog'liq. Biznes reja shunday shaklda va mazmunda tuzilgan bo'lishi kerakki, u tadbirkorlik faoliyatini boshlash, amalga oshirish va natijalariga oid barcha savollarga to'liq va aniq javob bera olsun, u bilan qiziqqan bo'lajak hamkorlar esa taklif etilayotgan ish, unda o'z ishtiroki darajasi va manfaatdorligi to'g'risida aniq tasavvur hosil qilsin.

Umuman olganda, biznes reja yetarli darajada to'liq, batafsil, mukammal va shuning bilan birga foydalanuvchilar uchun tushunarli va jozibador bo'lishi lozim.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Tadbirkorlikda rejalashtirishning zaruriyati va ahamiyati.
2. Tadbirkorlikda reja va uning turlari.
3. Tadbirkorlikda biznes reja va uning ahamiyati.
4. Tadbirkorlikda biznes reja tuzish maqsalari.

lari bo'yicha mo'ljallangan bozor va unda tadbirkorning o'rnini aniqlash; D) ishlab chiqariladigan tovarlar, ularning turlari va ko'rsatkichlarini aniqlash; E) kerakli resurslar va ular bilan ta'minlash imkoniyatlarini baholash; F) barcha javoblar to'g'ri.

13. Biznes rejaning funksiyalari:

A) tadbirkorlik strategiyasi bazasini yaratish; B) tadbirkorlik jarayonlarini nazorat qilish va natijalarini tahlil qilish; D) ishga mablag' jalb qilish; E) faoliyatni samarali amalga oshirishni va yangi imkoniyatlarni baholash; F) barcha javoblar to'g'ri.

14. Tadbirkorlikda biznes reja o'z ichiga oladi:

A) ishlab chiqarish, marketing, menejment rejalari; B) moliyaviy reja, moliyaviy hisob-kitoblar, moliyaviy natijalar; D) tovar va uning assortimenti tavsifi; E) tarmoq tahlili; F) barcha javoblar to'g'ri.

15. Tadbirkorlik faoliyatining ziyonsizlik nuqtasi nima?

A) eng past foyda olib ishlash darajasi
B) xarajatlarni qoplab foydasiz ishlash darajasi
D) eng kam zarar ko'rib ishlash darajasi
E) eng kam xarajatlar bilan ishlash darajasi
F) foydasi zararidan ko'proq bo'lgan darajasi

16. Biznes reja qanday muddatga tuziladi?

A) 1 yilga; B) 2 yilga; D) 3 yilga; E) 5 yil va undan ko'pga; F) barcha javoblar to'g'ri.

17. Biznes rejani kim tuzadi?

A) tadbirkor o'z xodimlari bilan birgalikda; B) tadbirkor chetdan jalb qilingan mutaxassislar bilan birgalikda; D) tadbirkor buyurtmasi bilan axborot-maslahat markazlari; E) banklar; F) barcha javoblar to'g'ri.

18. O'rta muddatli reja qancha muddatga tuziladi?

A) 1 yilgacha muddatga; B) 2 yildan 3 yilgacha muddatga; D) 2 yildan 5 yilgacha muddatga; E) 5 yildan 10 yilgacha muddatga; F) barcha javoblar to'g'ri.

19. Biznes reja strategik reja hisoblanadimi?

A) hisoblanmaydi; B) hisoblanadi; D) 5 yil va undan ko'proq muddatga tuzilgan bo'lsa; E) 10 yil va undan ko'proq muddatga tuzilgan bo'lsa; F) barcha javoblar to'g'ri.

20. Tadbirkorlikda rejalashtirish zarur:

A) ishning istiqbolini aniqlash va prognoz qilish uchun; B) tadbirkor imkoniyatlarini baholash uchun; D) resurslardan samaraliroq foydalanish uchun; E) mo'ljalni belgilash va unga yetishga kuch-g'ayratni mujassamlashtirish uchun; F) barcha javoblar to'g'ri.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Biznes reja – tadbirkorlik faoliyatining barcha turdagi rejalarini o'zaro uyg'unlikda mujassamlashtirgan kompleks reja.

Biznes rejaning funksiyalari – tadbirkorlik faoliyatini samarali amalga oshirish va yangi turlarini o'zlashtirish imkoniyatlarini baholash, tadbirkorlik strategiyasi asosini yaratish, kechayotgan jarayonlarni nazorat, natijalarini esa tahlil qilishdan iborat.

Biznes rejadan ichki foydalanuvchilar – tadbirkorning o'zi, uning sheriklari va ishchi-xodimlari.

Biznes rejadan tashqi foydalanuvchilar – tadbirkorning mavjud va bo'lajak kreditorlari, investorlari, hamkorlari va boshqa qiziquvchilar.

Biznes rejaning maqsadi – bozor talabi va tadbirkor imkoniyatlariga muvofiq uning faoliyatini yaqin va uzoq muddalarga rejalashtirish.

Biznes rejaning vazifasi – tadbirkorlik faoliyati va uning istiqbolini aniq, asosli, yaxlit tarzda ifodalab berish.

Istiqbolli reja – tadbirkorlik faoliyatining bir yildan ortiq muddatga belgilangan maqsadi, unga erishish va mo'ljallangan foydani olishga ta'sir etuvchi omillar, ularni ta'minlash strategiyalari, xarajatlari va kutilgan daromad umumiy ko'rinishda aks ettirilgan reja.

Joriy reja – joriy yilga (oyga) belgilangan maqsad va unga erishish imkoniyatlari, mavjud muammolar va ehtimol qilinadigan xavf-xatarlar, ularni bartaraf etish chora-tadbirlari, mo'ljallangan natijalarga erishish uchun bajarilishi zarur bo'lgan harakatlar, ishlar batafsil aks ettirilgan reja.

Operativ reja – har bir ish joyi va uchastkada hamda har bir ishchi tomonidan ish kuni, haftasi, oyida bajarilishi zarur bo'lgan vazifalar, ishlar, harakatlar rejasi.

Prognoz qilish – yaqin va uzoq kelajakda yuz berishi mumkin bo‘lgan voqealar, hodisalar, o‘zgarishlarni ehtimol qilish va ularning tadbirkorlik faoliyatiga ta‘sirini asoslangan holda oldindan baholash jarayoni.

Reja – rejalashtirish jarayoni natijalari aks ettirilgan hujjat.

Rejalashtirish – ma‘lum davrga mo‘ljallangan maqsadga erishish uchun bajarilishi zarur bo‘lgan harakatlar, ishlar, vazifalar va ularni amalga oshirish aniq tartibi, izchilligi, muddatlari, xarajatlarini aniqlash va ularning barchasini o‘zaro muvofiqlashtirish jarayoni.

Strategik reja – tadbirkorlik subyektining (faoliyatining) maqsadi va imkoniyatlarining o‘zaro strategik muvofiqligini ta‘minlash va ushlab turishga mo‘ljallangan reja.

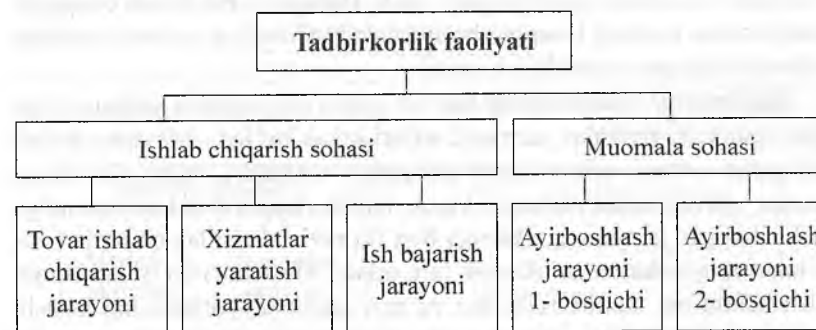
XIV BOB. TADBIRKORLIK SARMOYASI VA UNING HARAKATI

14. 1. TADBIRKORLIK SARMOYASI VA UNING TARKIBI

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirish uchun tegishli resurslar zarur. Tadbirkorlik faoliyatida ishtirok etib, uni ta‘minlaydigan moddiy, moliyaviy, nomoddiy (tadbirkorlik qobiliyati va mehnatdan tashqari) resurslar majmuyi tadbirkorlik sarmoyasi hisoblanadi.

Tadbirkorlik sarmoyasining mohiyati va mazmuni, muayyan faoliyatda ishlatiladigan sarmoyaning tarkibi va xususiyatlarini tushinib olish uchun tadbirkorlik faoliyatini chuqurroq tahlil qilish maqsadga muvofiqdir.

Har qanday tadbirkorlik faoliyati umumiy holda ikki soha va ularda bajariladigan bir qator jarayonlar majmuyidan iborat (14. 1- chizmaga qarang).



14. 1- chizma. Tadbirkorlik faoliyatining tarkibi

Tadbirkorlik faoliyatining har bir sohasi va jarayoni o‘z maqsadiga ega bo‘lib, shu maqsadga muvofiq resurslar bilan ta‘minlanadi, tashkil etiladi va amalga oshiriladi.

Xo'jalik sohalaridan biri ishlab chiqarish sohasi bo'lib, unda yaratilayotgan mahsulot xarakteriga muvofiq uch xil jarayon amalga oshirilishi mumkin. Ular tovar ishlab chiqarish jarayoni, xizmatlar yaratish jarayoni, ish bajarish jarayoni hisoblanadi.

Tadbirkorlik subyektlaridan biri tor doiradagi tovarning bir turini ishlab chiqarish bilan shug'ullansa, boshqasi tovarning keng doiradagi nomenklaturasini ishlab chiqarish, ayrimlari esa tovar ishlab chiqarish bilan bir qatorda xizmatlar ko'rsatish va ishlar bajarish jarayonlarini ham amalga oshiradilar. Ishlab chiqarish sohasidagi jarayonlar natijasida yangi mahsulot va yangi qiymat yaratiladi. Tadbirkorlik subyekti-ning bu jarayonlarni tashkil etish va amalga oshirishdan maqsadi foyda olish hisoblanadi. Foyda olish uchun esa yaratilgan mahsulotni sotish kerak bo'ladi. Sotish ishlab chiqarish sohasidan tashqarida muomala sohasida amalga oshiriladi. Muomala sohasi bu oldi-sotdi sohasi bo'lib, uning asosiy mazmunini ayirboshlash jarayoni va munosabatlari tashkil etadi.

Bu yerda shuni ta'kidlash lozimki, har qanday ishlab chiqaruvchi uchun ayirboshlash jarayoni o'z predmeti, makoni va zamoni bo'yicha farq qiladigan ikki qismdan, bosqichdan iborat bo'ladi. Birinchisi, ishlab chiqarish jarayonidan oldingi bosqichi bo'lib, unda tadbirkor xaridor sifatida o'ziga kerakli ishlab chiqarish omillari (ishlab chiqarish vositalari va ishchi kuchi)ni sotib oladi. Ikkinchisi esa ishlab chiqarish jarayonidan keyingi bosqichi bo'lib, bunda tadbirkor sotuvchi sifatida ishlab chiqargan mahsulotini sotadi.

Tadbirkorlik faoliyatining har bir sohasi va jarayoni uchun o'ziga xos resurslar, vositalar, sarmoya turlari kerak bo'ladi. Masalan, ishlab chiqarish sohasi uchun ishlab chiqarish vositalari, muomala sohasi uchun esa muomala vositalari kerak. Ishlab chiqarish sohasida amalga oshiriladigan jarayon xarakteriga bog'liq ravishda ishlab chiqarish vositalarining turlari va strukturasi farq qiladi. Masalan, non ishlab chiqarish uchun un, xamirturush, tuz va suv, xamir tayyorlash, uni kesish, o'lchash va pishirish, tayyor nonni olish, joylashtirish, tashish uchun o'ziga xos maxsus jihozlar, asbob-uskunalar, zarur bo'lsa, avtomobilda yuk tashish xizmatini ko'rsatish uchun kerakli avtotransport vositalari, ularga ehtiyot qismlar, yoqilg'i-moylash materiallari talab qilinadi. Demak, har xil tovar ishlab chiqarish, xizmatlar ko'rsatish, ishlarni bajarish uchun turli, o'ziga xos ishlab chiqarish vositalari kerak bo'ladi.

Muomala sohasida ayirboshlash jarayonlarini amalga oshirish uchun muomala predmeti va vositalari zarur bo'ladi. Ayirboshlash jarayoni birinchi bosqichida ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish uchun xomashyo va materiallar sotib olishda pul va valuta mablag'lari, ayrim hollarda qimmatli qog'ozlar muomala vositasi bo'lib xizmat qiladi. Ayirboshlash jarayoni ikkinchi bosqichida ishlab chiqarilgan mahsulot ayirboshlanadi, ya'ni sotiladi. Bu bosqichda mazkur tadbirkor uchun asosiy muomala vositasi bo'lib ishlab chiqarilgan va sotishga qo'yilgan tayyor mahsulot xizmat qiladi. Ishlab chiqarish va savdo korxonalarida tayyor mahsulot (tovar)ni saqlash uchun omborxonalar, sotishga tayyorlash xonalari, tovar namunalari ko'rgazma zallari, oldi-sotdi operatsiyalarini rasmiylashtirish joylari tashkil etiladi. Bunday vositalar ham ayirboshlash jarayonini uyushtirish va amalga oshirish uchun sharoit yaratishga mo'ljallangan bo'lib, mazkur jarayonda bilvosita ishtirok etadi.

Shunday qilib, tadbirkorlik sarmoyasi turli-tuman resurslar, vositalar majmuyidan tashkil topadi. Bunday resurslarning mavjudligi, holati, harakati, ishtirokining aniq hisobini yuritish maqsadida ular o'z xarakteri, ishlab chiqarishdagi vazifasi va roli bo'yicha ma'lum tartibda tasniflanadi. Shuni ham aytib o'tish lozimki, mazkur resurslar turli nomlar bilan ataladi: sarmoya, kapital, vositalar, mablag'lar, fondlar, aktivlar. Tadbirkorlik sarmoyasining tasnifi va tarkibi buxgalteriya hisobida qabul qilingan tartibga asosan umumlashtirilgan ko'rinishda 14.2- chizmada keltirilgan.



14. 2- chizma. Tadbirkorlik sarmoyasining tarkibi.

Tadbirkorlik sarmoyasi tarkibiga kiradigan resurslar xizmat qilish muddati va ishlab chiqarish jarayonida ishtirok etish xarakteriga ko'ra ikki guruh – uzoq muddatli sarmoya (aktivlar, vositalar) va qisqa muddatli sarmoya (joriy aktivlar, vositalar) ga bo'linadi.

Uzoq muddatli sarmoyaga xizmat qilish muddati bir yildan ortiq bo'lgan hamda xizmat qilish muddatidan qat'i nazar qiymati eng kam oylik ish haqining 50 barobaridan ko'p bo'lgan ishlab chiqarish vositalari kiradi. Uzoq muddatli sarmoyaning katta qismini moddiy va nomoddiy asosiy ishlab chiqarish vositalari tashkil etadi. Moddiy asosiy vositalar (aktivlar) ga yer uchastkalari, binolar, inshootlar, mashina va jihozlar, asbob-uskunalar, qurilmalar, transport vositalari, inventarlar va boshqalar kiradi.

Nomoddiy asosiy vositalar (aktivlar) ga uzoq vaqt mobaynida (bir yildan ortiq) foydalaniladigan moddiy-ashyoviy ko'rinishga ega bo'lmagan vositalar-patentlar, litsenziyalar, savdo belgilari, sanoat namunalari, tovar markalari, dasturiy ta'minot, yer va tabiiy resurslardan foydalanish huquqlari, mualliflik huquqlari, gudvill (firma bahosi), tashkiliy xarajatlar va boshqa nomoddiy aktivlar kiradi. Asosiy vositalar uzoq vaqt davomida ishlab chiqarish (qiymat yaratish) bir necha siklida ishtirok etib, o'z qiymatini uning yordamida tayyorlanayotgan mahsulotga ularning eskirishiga muvofiq asta-sekin, qisman-qisman o'tkazib boradilar. Ularning shu o'tkazilgan qiymati mahsulot sotilganda pul shaklida amortizatsiya ajratmasi ko'rinishida qisman-qisman qaytib keladi. Amortizatsiya tushunchasi lotincha so'zdan olingan bo'lib, so'ndirish degan ma'noni bildiradi. Asosiy vositalar asta-sekin eskirib, qiymatini yo'qotib boradi. Bunday obyektlar butunlay yaroqsiz holga kelib qolganidan so'ng uni yangisini barpo etish uchun ularning eskirishi oyma – oy hisoblab boriladi va eskirish qiymati amortizatsiya ajratmasi shaklida to'planib boriladi. Masalan, biror uskunaning foydali xizmat muddati 10 yil bo'lsa, demak u bir yilda 10 foizga eskiradi va o'z qiymatining 10 foizini yo'qotadi, ya'ni tayyorlanayotgan mahsulotga o'tkazadi. Ana shu 10 yil ichida har yili qiymatining 10 foizi pulga aylanib, jamg'arib boriladi.

Uzoq muddatga xizmat qiladigan obyektlarning turlari bo'yicha amortizatsiya me'yorlari belgilangan (14. 1- jadvalga qarang) va ular-

14. 1- jadval

O'zbekistonda amal qilayotgan asosiy vositalarning amortizatsiya me'yorlari

№	Asosiy vositalarning turlari	Amortizatsiya me'yorlari (asosiy vositaning boshlang'ich qiymatiga nisbatan foizda)
1.	Yengil avtomobillar, taksi, yo'llarda foydalaniladigan avtotransport texnikasi, maxsus asbob-uskunalar, inventar va jihozlar, kompyuterlar, ularning periferiya qurilmalari va ma'lumotlarni qayta ishlash uskunalari	20
2.	Yuk avtomobillari, avtobuslar, maxsus avtomobillar va avtotirkamalar, sanoatning barcha tarmoqlari, metal quyish korxonasi uchun mashinalar va uskunalar, temirchilik-presslash uskunalari, qurilish uskunalari, qishloq xo'jalik mashinalari va uskunalari, ofislar uchun mebel	15
3.	Temir yo'l, dengiz, daryo va havo transporti vositalari, kuch-quvvat beradigan mashinalar va uskunalar (issiqlik texnika uskunalari, turbina uskunalari, elektr dvigatellar va dizel-generatorlar), elektr uzatish va aloqa qurilmalari, truboprovodlar	8
4.	Binolar, inshootlar va imoratlar	5
5.	Yuqoridagi guruhlariga kiritilmagan, amortizatsiya qilinadigan boshqa vositalar	10

ning eskirish qiymati shu me'yorlar bilan boshlang'ich qiymatidan hisoblanadi. Asosiy vositalarning yangilanib, takomillashib borishi mehnat

unumdorligini ko'tarishga va faoliyat samaradorligini oshirishga olib keladi. Shuning uchun keyingi paytlarda tezlashtirilgan amortizatsiya qo'llanilmoqda.

Nomoddiy aktivlar ham amortizatsiya qilinadigan vositalar hisoblanadi. Ularning amortizatsiya hisoblanadigan qiymati foydali xizmat muddatiga, xizmat muddatini aniqlash mumkin bo'lmagan holda 5 yilga (lekin tadbirkorning faoliyat yuritish muddatidan ko'p bo'lmagan davrga) taqsimlanishi kerak.

Uzoq muddatli moliyaviy investitsiyalar (qo'yilmalar) bir yildan ortiq muddatga sotib olinadigan qimmatli qog'ozlardir.

Kapital qo'yilmalar asosiy vositalar obyektlarini qurish va xarid qilish, nomoddiy obyektlarni sotib olish, yerni obodonlashtirish, uzoq muddatga ijaraga olingan asosiy vositalarga uzoq muddatga (bir yildan ortiq) mo'ljallangan xarajatlar hisoblanadi.

Tadbirkorlikda qisqa muddatli sarmoya ham muhim ahamiyat kasb etadi. Unga bir yilgacha xizmat qiladigan ishlab chiqarish va ayirboshlash jarayonlarini ta'minlaydigan moddiy-moliyaviy resurslar kiradi. Qisqa muddatli sarmoya ikki guruhga-aylanma sarmoya va muomala sarmoyasiga bo'linadi. Aylanma sarmoya – bu bir ishlab chiqarish siklida to'liq iste'mol qilinadigan, qiymati ham tayyorlanayotgan mahsulot tannarxiga birdaniga to'liq o'tib, pul mablag'lari shaklida qaytib keladigan ishlab chiqarish vositalaridir. Unga mehnat predmetlari-xomashyo, asosiy va yordamchi materiallar, ularning ishlab chiqarish zaxiralari, yarim tayyor mahsulot, yoqilg'i-energiya resurslari, qadoqlash va o'rash materiallari, ehtiyot qismlar, tugallanmagan ishlab chiqarish va kelajakdagi xarajatlar kiradi. Ularning hisobini yuritish va rejalashtirish maqsadida quyidagi uch guruhga ajratiladi.

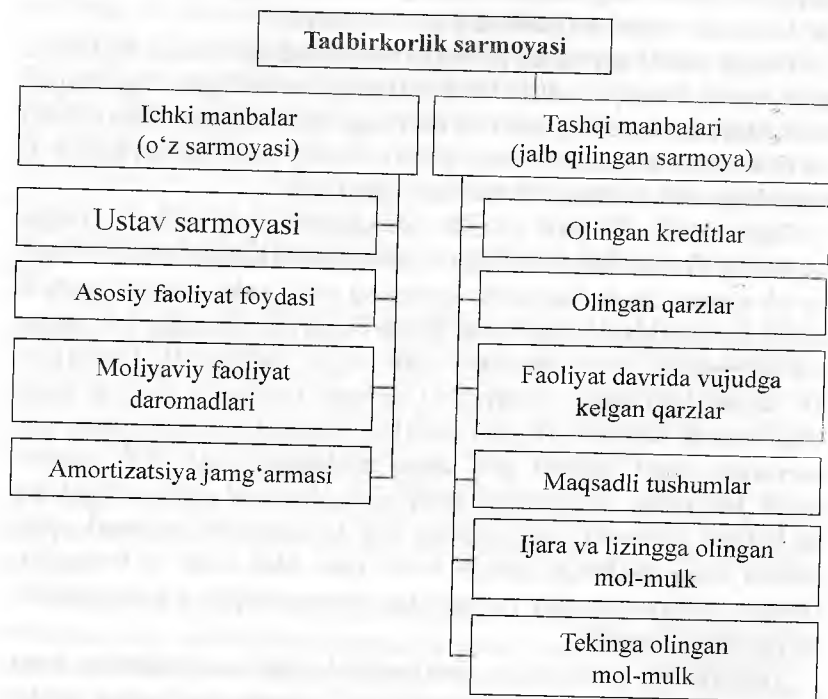
- 1) ishlab chiqarish zaxiralari;
- 2) tugallanmagan ishlab chiqarish va yarim tayyor mahsulotlar;
- 3) kelgusi davr xarajatlari.

Muomala sarmoyasi – bu ayirboshlash jarayonlarini amalga oshirishda bevosita va bilvosita ishtirok etadigan resurslar, vositalar majmuyidir. Uning asosini ayirboshlash predmeti va vositasi tashkil etadi. Ayirboshlash jarayoni birinchi bosqichida uning predmeti xarid

qilinadigan xomashyo, materiallar va boshqa resurslar bo'lsa, ikkinchi bosqichida sotiladigan tayyor mahsulot hisoblanadi. Ayirboshlash vositasi bo'lib pul va valuta mablag'lari xizmat qiladi.

14. 2. TADBIRKORLIK SARMOYASINI SHAKLLANTIRISH

Har bir tadbirkor (tadbirkorlik subyekti) biror ishni boshlash va olib borish uchun ma'lum sarmoyaga ega bo'lishi, ya'ni tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirishi kerak bo'ladi. Tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirish manbalari va yo'llari turlicha bo'lishi mumkin. U, asosan, ichki va tashqi manbalardan tegishli yo'llar bilan shakllantiriladi (14. 3- chizmaga qarang).



14. 3- chizma. Tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirish manbalari.

Tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirish asosiy manbalaridan biri uning ichki manbalari hisoblanadi. Bu manbalardan tadbirkorning (tadbirkorlik subyektining) o'z sarmoyasi shakllantiriladi va u o'zining mol-mulki hisoblanadi. Ma'lumki, yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan tadbirkorlik subyektlarida ustav sarmoyasi shakllantiriladi. Ustav sarmoyasi – bu tadbirkorlik faoliyatini boshlash va yuritish, hamkorlarga kafolat uchun to'plangan sarmoyadir. U tadbirkor yoki ta'assischilar tomonidan ulush sifatida kiritiladigan pul va valuta mablag'lari, qimmatli qog'ozlar, binolar, inshootlar, transport vositalari, texnika, texnologiya, ayrim moddiy va nomoddiy vositalardan foydalanish huquqi va boshqa qimmatliklar hisobidan shakllantiriladi. Ustav sarmoyasining miqdori turli tashkiliy – huquqiy shakldagi subyektlar uchun turlicha tartibda belgilanadi. Masalan, “Xususiy korxonalar to'g'risida”gi qonunda quyidagi tartib belgilangan: xususiy korxonaning ustav sarmoyasi bo'linmasdir va uni mulkdorning o'zi belgilaydi.

Pul, qimmatli qog'ozlar, pul bilan baholanadigan boshqa mol-mulk yoki mulkiy huquqlar yohud boshqa shaxsga beriladigan o'zga huquqlar xususiy korxonaning ustav sarmoyasiga qo'shiladigan hissa (ulush) bo'lishi mumkin. Mulkdor xususiy korxonaning ustav sarmoyasiga o'zi kiritadigan mol-mulkni o'zi mustaqil baholaydi.

Tadbirkorlik faoliyati yurishib ketgandan so'ng u foyda keltira boshlaydi. Bu esa tadbirkorning o'z sarmoyasini kengaytirish manbayi bo'lib xizmat qiladi. Tadbirkor foydaning to'liq yoki salmoqli qismini asosiy faoliyat hisoblangan tovar ishlab chiqarish, xizmatlar ko'rsatish, ish bajarish va ularni sotishdan oladi. Ayrim tadbirkorlar (tadbirkorlik subyektlari) asosiy faoliyatdan tashqari moliyaviy faoliyat bilan shug'ullanib, daromad (foyda) oladilar: boshqa korxonalar ustav sarmoyasida ulushli ishtirok etib, uning foydasidan ulush olish, aksiyadorlik jamiyatlari aksiyalarini xarid qilib, dividend olish, obligatsiya va boshqa qimmatli qog'ozlardan foiz ko'rinishida daromad olish, mulkni uzoq muddatga ijaraga berib, ijara haqi olish va boshqalar. Demak, tadbirkor bunday yo'llar bilan daromad topib, o'z sarmoyasini ko'paytirishi mumkin.

Tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirish ichki manbalaridan yana biri amortizatsiya jamg'armasi hisoblanadi. Amortizatsiya jamg'armasi amortizatsiya ajratmalari hisobidan shakllantiriladi. Amortizatsiya ajratmasi asosiy vositalar eskirishining puldagi qiymat ifodasi bo'lib,

bu qiymat qisman-qisman ishlab chiqarilayotgan mahsulotga o'tib, u sotilganda pul shaklida qaytib keladigan qismidir. Bu mablag'lar, ajratmalar, bir tomondan, amortizatsiya jamg'armasi sifatida to'planib boriladi, ikkinichi tomondan esa, asosiy vositalarni takror ishlab chiqarish, ya'ni yangi obyektlar qurish, eskilarini kapital ta'mirlash, rekonstruksiya va modernizatsiya qilishga sarflanib boriladi.

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirish uchun ko'pchilik tadbirkorlarning o'z sarmoyasi Yetarli bo'lmaydi. Bunday holda ular sarmoyaning tashqi manbalardan olishlari mumkin. Tashqi manbalardan tijorat banklari va kredit uyushmalari katta rol o'ynaydilar. Ular kredit shartnomalari asosida tadbirkorlarga uzoq muddatli va qisqa muddatli kreditlar, mikrokreditlar berib, tadbirkorlik sarmoyasini kengaytirishga katta hissa qo'shadilar. Bundan tashqari, tadbirkorlik subyektlari boshqa yuridik va jismoniy shaxslardan uzoq muddatga va qisqa muddatga qarz olishlari ham mumkin.

Tadbirkorlik faoliyati davrida joriy qarzlار vujudga keladi. Masalan, kelib tushgan xomashyo va materiallar pulining to'liq yoki qisman o'z vaqtida ko'chirilmay qolishi, xaridorlarning mahsulot qiymatining bir qismini oldindan to'lab qo'yishlari, soliqlar va boshqa majburiy to'lovlardan ma'lum muddat qarz bo'lib qolishi, ayrim kechiktirilgan to'lovlar va boshqa holatlarda joriy qarzlار to'planib, ularni uzishga mo'ljallangan mablag'lar tadbirkorlik sarmoyasi tarkibida aylanib yuradi.

Ayrim tadbirkorlik subyektlari maqsadli tushumlarga ega bo'lishlari mumkin. Bunday tushumlarga grantlar bo'yicha ajratilgan mablag' tushishi, davlat subsidiyalari, a'zolik badallari, maqsadli foydalaniladigan soliq imtiyozlari va boshqa maqsadli tushumlar kiradi. Ulardan faqat belgilangan maqsadlar uchun foydalanish mumkin.

Tadbirkorlik subyektlari o'zlariga zarur bo'lgan va yetishmaydigan mol-mulkni ijaraga yoki lizingga olib foydalanadilar. Bu tadbirkorlik faoliyati ehtiyojlarini qondirish va sarmoyasini tejab qolishida katta rol o'ynaydi.

Tadbirkorning oila a'zolari, qarindoshlari, o'rtoqlari, hamkorlari va boshqalar unga tadbirkorlik faoliyatida doimiy yoki vaqtinchalik foydalanish uchun ayrim ishlab chiqarish vositalarini (binolar, transport vositasi, uskunalar, mexanizmlar va boshqa vositalarini) tekinga yoki boshqa shartlar bilan berib qo'yishlari mumkin. Bunday vositalar ham tadbirkorlik sarmoyasi obyekti bo'lib xizmat qiladi.

Tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirish tashqi manbalari va ulardan foydalanish shart-sharoitlari va tartib-qoidalari keyingi mavzuda batafsil ko'rib chiqiladi.

14. 3. TADBIRKORLIK SARMOYASINING HARAKATI VA SAMARADORLIGI

Tadbirkorlik sarmoyasi doimiy harakatda bo'ladi. Tadbirkorlik faoliyatining har bir sikli bozordan boshlanadi va yana bozorda tugaydi. Tadbirkor, birinchi navbatda, bozorda kerakli mehnat vositalari va predmetlarini sotib oladi. So'ng shu mehnat vositalari yordamida mehnat predmetlaridan tayyor mahsulot ishlab chiqarib, uni bozorda sotadi va pulga aylantiradi. Shunday qilib, tadbirkorlik sarmoyasining qiymati uch bosqichni – muomala, ishlab chiqarish, muomala bosqichlarini izchil ravishda bosib o'tadi. Sarmoya har bosqichda o'ziga xos vazifani bajaradi va shunga muvofiq shaklga kiradi. Uchinchi bosqich yakunida u yana o'zining dastlabki holatiga qaytadi va dastlabki shaklini oladi. Sarmoya qiymatining bunday harakati sarmoyaning doiraviy aylanishi deb ataladi. Sarmoyaning bir doiraviy aylanishi ishlab chiqarish faoliyatining nisbatan mustaqil, alohida siklini tashkil etadi. Ishlab chiqarish esa bir sikldan keyin to'xtab qolmay, sikllar bir-biri bilan uzviy bog'lanib ketadi va uzluksiz takrorlanib davom etaveradi. Dastlab ishga kiritilgan sarmoyaning qiymati to'la-to'kis o'zining boshlang'ich shakliga qaytib keladigan doiraviy aylanish sarmoyaning aylanishi deb ataladi.

Asosiy vositalar (sarmoya) uzoq muddat xizmat qilib, bir necha ishlab chiqarish siklida ishtirok etadi. Demak, ularning qiymati bir necha doiraviy aylanishlar davomida bir marotaba to'liq aylanadi. Bu aylanish davri asosiy vositalarning belgilangan xizmat qilish muddatiga to'g'ri keladi. Masalan, biror uskunaning xizmat qilish muddati 10 yil bo'lsa, demak, uning qiymati 10 yilda bir marotaba aylanadi. Agar shu uskuna ishtirok etadigan ishlab chiqarish sikli bir yilda besh marotaba takrorlansa, mazkur uskuna qiymatining bir aylanishi 50 doiraviy aylanishni o'z ichida oladi. Demak, har bir ishlab chiqarish siklida uskuna qiymatining 1/50 qismi, bir yilda 1/10 qismi, 10 yilda esa hammasi to'liq uning yordamida tayyorlanadigan mahsulotga o'tib, shu mahsulot soltighach, pulga aylanib, amortizatsiya ajratmalari sifatida qaytib keladi.

Aylanma sarmoyaning xususiyatlari uning nomidan ham ma'lumki, aylanuvchan vositalar majmuyidir. Aylanma sarmoya (xomashyo, materiallar, yarim tayyor mahsulotlar)ning ishlab chiqarish jarayonida ishtirok etgan qismi bir ishlab chiqarish siklida to'liq iste'mol qilinib, tayyor mahsulotga aylantiriladi va uning qiymati to'la-to'kis mahsulotga o'tkaziladi. Mahsulot sotilgach esa bu qiymat pul shaklini olib, qaytib keladi. Shunday qilib, bir ishlab chiqarish siklida aylanma sarmoyaning ham doiraviy aylanishi, ham aylanishi amalga oshadi. Har bir sikl esa tadbirkorga daromad, foyda keltiradi. Demak, aylanma sarmoya (mablag'lar) qancha tez aylansa, ishlab chiqarish sikli ham shuncha qisqa va ko'p (ma'lum davrda) bo'lib, undan olinadigan foyda ham ko'payadi. Shuning uchun tadbirkorlik faoliyati va sarmoyaning samaradorligini oshirish asosiy yo'llaridan biri sarmoya aylanishini tezlashtirish hisoblanadi. Buning uchun esa, birinchi navbatda, tadbirkorlik sarmoyasining aylanish jarayonini chuqurroq tahlil qilish zarur.

Tadbirkorlik sarmoyasi o'z harakatida ishlab chiqarish va muomala (ayirboshlash) bosqichlarini bosib o'tadi. Shu sababli sarmoyaning aylanish vaqti ishlab chiqarish vaqti bilan muomala vaqti yig'indisidan iborat bo'ladi. Ishlab chiqarish vaqti mehnat vositalari va predmetlari keltirilgan paytdan boshlab ulardan tayyor mahsulot chiqargan paytgacha bo'lgan davrdan iborat. U uch qismdan tashkil topadi: 1) ish davri; 2) tanaffuslar; 3) xomashyo va materiallarning ishlab chiqarish zaxirasida bo'lish vaqti.

Ish davri mehnat predmetlarining bevosita mehnat ta'siri ostida bo'lish vaqtidir. Uning uzunligi ishlab chiqariladigan mahsulot xarakteri, bir yo'la qo'llaniladigan mehnat massasi va mehnat unumdorligiga bog'liq.

Tanaffuslar tabiiy (tayyorlanayotgan mahsulotni sovutish, quritish va boshqa jarayonlar) va tashkiliy (dam olish kunlari, tushlik, ovqatlanish vaqti, ishlanmagan smenalar, ish tartibining buzilishi va boshqalar) xarakteriga ega bo'lib, ularni qisqartirish mumkin.

Mehnat predmetlari va vositalarining ishlab chiqarish zaxirasida bo'lish vaqti – ular ishlab chiqarish bo'sag'asida bo'lib, uning uzluksizligini ta'minlab turgan davridir.

Muomala vaqti ikki qismdan iborat: 1) ishlab chiqarish vositalarini xarid qilish, tashib kelish va ularni yetkazib beruvchilari bilan hisob-kitob qilish vaqtlari; 2) tayyor mahsulotni sotish vaqti – tayyor mahsu-

lot omboriga topshirilgan paytdan boshlab, sotilgan mahsulot puli kelib tushgan paytgacha bo'lgan davrdan iborat. Bu vaqtni ham qisqartirish imkoniyatlari mavjud.

Tadbirkorlik sarmoyasining samaradorligi katta ahamiyat kasb etadi. Uni oshirish qo'shimcha sarmoya jalb etmasdan ishlab chiqarish hajmini va foydani oshirishni ta'minlaydi. Sarmoya samaradorligini oshirish uchun uchta muhim vazifani bajarish kerak bo'ladi.

1. Sarmoya samaradorligi ko'rsatkichlarini aniqlash va ular yordamida sarmoya samaradorligining erishgan darajasini baholash. Tadbirkorlik sarmoyasining samaradorligi asosiy ko'rsatkichlari quyidagilar:

– umumiy sarmoyaning unumdorligi-qaytimi (umumiy sarmoya birligiga to'g'ri keladigan mahsulot) – mahsulot sotishdan tushgan sof tushumning sarmoyaning o'rtacha yillik (oylik) qiymatiga nisbati, so'mda;

– asosiy sarmoyaning unumdorligi-qaytimi (asosiy sarmoya birligiga to'g'ri keladigan mahsulot) – mahsulot sotishdan tushgan sof tushumning asosiy sarmoyaning o'rtacha yillik (oylik) qiymatiga nisbati, so'mda.

– aylanma sarmoyaning unumdorligi – qaytimi (aylanma sarmoya birligi to'g'ri keladigan mahsulot) – mahsulot sotishdan tushgan sof tushumning aylanma sarmoyaning o'rtacha yillik (oylik) qiymatiga (qoldig'iga) nisbati, so'mda;

– umumiy sarmoyaning rentabelligi – sof foydaning umumiy sarmoyaning o'rtacha yillik (oylik) qiymatiga nisbati, foizda;

– asosiy sarmoyaning rentabelligi – sof foydaning asosiy sarmoyaning o'rtacha yillik (oylik) qiymatiga qoldig'iga nisbati, foizda;

– aylanma sarmoyaning rentabelligi – sof foydaning aylanma sarmoyaning yillik (oylik) o'rtacha qiymatiga (qoldig'iga) nisbati, foizda.

2. Tadbirkorlik sarmoyasining samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash va ularning ta'sirini baholash. Bunday omillarning asosiy-lari quyidagilar hisoblanadi:

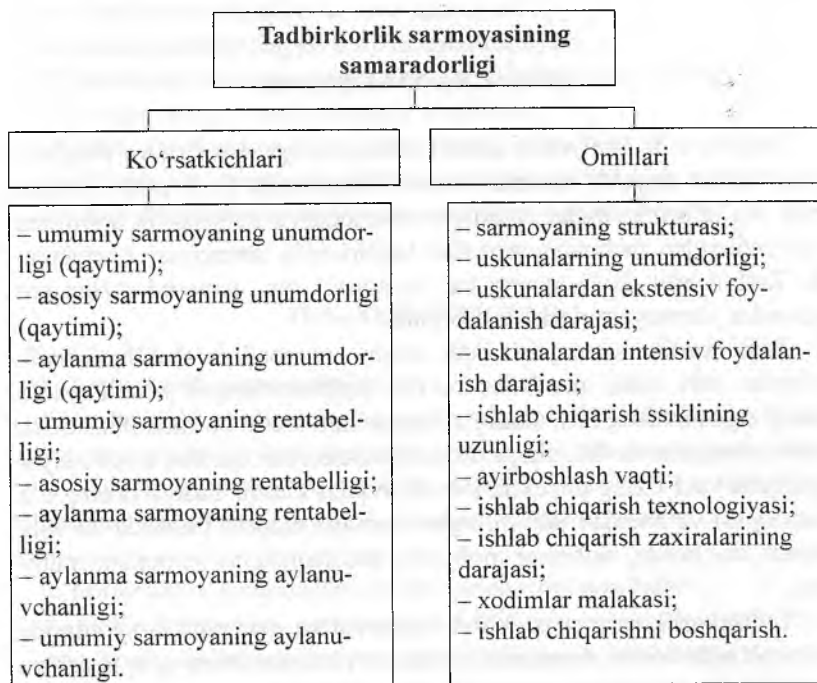
- sarmoyaning strukturasi (tarkibiy tuzilishi);
- uskunalarning unumdorligi;
- uskunalardan ekstensiv foydalanish darajasi;
- uskunalardan intensiv foydalanish darajasi;
- ishlab chiqarish siklining uzunligi (vaqti);

- ayirboshlash vaqti;
- ishlab chiqarish texnologiyasi;
- ishlab chiqarish zaxiralarining darajasi;
- xodimlar malakasi;
- ishlab chiqarishni boshqarish.

Tadbirkorlik sarmoyasining samaradorligi ko'rsatkichlari va omillari 14.4- chizmada umumlashtirib keltirilgan.

3. Tadbirkorlik sarmoyasining samaradorligini oshirish imkoniyatlari va yo'llarini aniqlash hamda ularni ro'yobga chiqarish. Sarmoya samaradorligini oshirish yo'llari quyidagilar bo'lishi mumkin:

– sarmoya strukturasi takomillashtirib, asosiy va aylanma sarmoyalar nisbatini optimallashtirish, asosiy sarmoyada esa uning aktiv qismini ko'paytirish;



14. 4- chizma. Tadbirkorlik sarmoyasining samaradorlik ko'rsatkichlari va omillari.

– unumdorligi yuqori bo‘lgan uskunalar va zamonaviy texnologiyani joriy qilish;

– ishlab chiqarish va ayirboshlash vaqtlarini qisqartirish;

– ishlab chiqarish vositalari va quvvatlaridan ekstensiv va intensiv jihatlardan maksimal foydalanishga erishish;

– ishlab chiqarish zaxiralarini boshqarishni yaxshilash;

– ishlab chiqarish jarayonlarini boshqarishni takomillashtirish;

– sarmoya aylanishini tezlashtirish;

– xodimlar malakasini oshirish.

Shunday qilib, tadbirkorlik sarmoyasi tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish va uning samaradorligini ta‘minlash asosiy vositalaridan bo‘lib, uni miqdori va sifati jihatdan to‘g‘ri shakllantirish, makonda oqilona joylashtirish va o‘zaro bog‘lash, zamonda undan unumli foydalanishni tashkil etish va bunga erishish maqsadga muvofiq bo‘ladi.

QISQACHA XULOSALAR

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, amalga oshirish va rivojlantirish uchun tegishli resurslar zarur. Tadbirkorlik faoliyatida ishtirok etib, uni ta‘minlaydigan moddiy va nomoddiy (tadbirkorlik qobiliyati va mehnatdan tashqari) resurslar tadbirkorlik sarmoyasi hisoblanadi. Tadbirkorlik faoliyatining har bir sohasi, turi, jarayoni o‘ziga xos resurslar, sarmoya turlarini talab qiladi.

Tadbirkorlik sarmoyasi ikki asosiy manbadan shakllantiriladi. Ulardan biri ichki manbalar bo‘lib, tadbirkorning o‘z mol-mulki, jamg‘argan mablag‘lari, oladigan foydasidan iborat bo‘ladi. Ikkinchisi, tashqi manbalar bo‘lib, ularga olinadigan kreditlar, qarzlar, investitsiyalar, ijara yoki lizing obyektlari va boshqalar kiradi. Tadbirkorning o‘z sarmoyasi va chetdan jalb qilingan sarmoya maqbul nisbatda bo‘lishi lozim, aks holda, tadbirkor moliyaviy mustaqilligini yo‘qotishi mumkin.

Tadbirkorlik sarmoyasi ishlab chiqarish va muomala jarayonlarida ishtirok etib, doimiy harakatda bo‘ladi. Bu harakat doiraviy aylanish va aylanish ko‘rinishlarida sodir bo‘ladi. Tadbirkorlik sarmoyasi va, umuman, faoliyat samaradorligi sarmoyaning aylanuvchanligiga, samaradorligiga bog‘liq. Shuning uchun, tadbirkorlik sarmoyasining sama-

radorligi katta ahamiyatga ega. Uni oshirish qo‘shimcha sarmoya jalb etmasdan, ishlab chiqarish hajmini va foydani oshirishni ta‘minlaydi.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Tadbirkorlik sarmoyasining mohiyati va ahamiyati.
2. Tadbirkorlik sarmoyasining tarkibi.
3. Uzoq muddatli sarmoya va uning xususiyatlari.
4. Asosiy sarmoya, uning vazifasi va tarkibi.
5. Joriy aktivlar va ularning xususiyatlari.
6. Aylanma sarmoya, uning vazifalari va tarkibi.
7. Muomala sarmoyasi, uning vazifasi va tarkibi.
8. Tadbirkorlik sarmoyasining shakllantirish manbalari va ularning roli.
9. Tadbirkorlik subyektining o‘z sarmoyasi va uning roli.
10. Tadbirkorlik subyektining ustav sarmoyasi.
11. Asosiy vositalarning eskirishi va amortizatsiyasi.
12. Tadbirkorlikda sarmoyani chetdan jalb qilish va uning manbalari.
13. Sarmoyaning doiraviy aylanishi va aylanishi.
14. Tadbirkorlik sarmoyasining samardorligi ko‘rsatkichlari.
15. Tadbirkorlik sarmoyasining samaradorligiga ta‘sir etuvchi omillar.
16. Tadbirkorlik sarmoyasining samaradorligini oshirish yo‘llari.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Tadbirkorlik sarmoyasi – bu...

A) tadbirkorlik faoliyatidan olingan daromad; B) tadbirkorlik faoliyati uchun kerakli ishlab chiqarish vositalari; D) tadbirkorlik faoliyatini ta‘minlaydigan moddiy va nomoddiy resurslar majmuyi; E) tadbirkorlik faoliyati uchun kerakli moliyaviy resurslar; F) barcha javoblar to‘g‘ri.

2. Tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirish ichki manbalari:

A) tadbirkorning ustav sarmoyasi; B) tadbirkorlar uyushmasi krediti; D) bank krediti; E) hamkoridan olgan qarzlari; F) barcha javoblar to‘g‘ri.

3. Tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirish ichki manbayi hisoblanadi:

A) tadbirkorlar uyushmasi krediti; B) tadbirkorlik subyektining o‘z

mablag'lari; D) hamkorlardan olingan qarzlari; E) davlat subsidiyalari; F) to'g'ri javob yo'q.

4. Tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirish ichki manbalariga kiradi:

A) tadbirkorning ustav sarmoyasi; B) tadbirkorlik faoliyatidan olingan foyda; D) amortizatsiya jamg'armasi; E) beg'araz yordam sifatida berilgan mulk; F) barcha javoblar to'g'ri.

5. Tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirish tashqi manbayi:

A) tadbirkorning ustav sarmoyasi; B) tadbirkorlik faoliyatidan olingan foyda; D) amortizatsiya jamg'armasi; E) beg'araz yordam sifatida berilgan mulk; F) to'g'ri javob yo'q.

6. Tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirish tashqi manbayi hisoblanadi:

A) tadbirkorning o'z sarmoyasi; B) tadbirkorlik subyektining amortizatsiya jamg'armasi; D) tadbirkorlar uyushmasi kreditlari; E) tadbirkorning nomoddiy mablag'lari; F) barcha javoblar to'g'ri.

7. Tadbirkorlik faoliyatiga chetdan jalb qilingan sarmoyaga kiradi:

A) tadbirkorlar uyushmasi kreditlari; B) tijorat bank kreditlari; D) hamkorlar bergan qarzarlar; E) ijaraga olingan mulk; F) barcha javoblar to'g'ri.

8. Tadbirkorning o'z sarmoyasiga kiradi:

A) tadbirkorning o'z mablag'lari; B) lizing muddati tugagan lizing obyekti; D) sheriklar qo'shgan ulushlar; E) beg'araz yordam sifatida berilgan mulk; F) barcha javoblar to'g'ri.

9. Tadbirkorlik faoliyatiga jalb qilingan sarmoyaga kiradi:

A) tadbirkorning o'z mablag'lari; B) sheriklari qo'shgan ulushlar; D) tadbirkorlar uyushmasidan olingan kreditlar; E) tijorat bankining kreditlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

10. Tadbirkorlik sarmoyasiga kiradi:

A) asosiy vositalar; B) aylanma mablag'lar; D) muomala sarmoyasi; E) nomoddiy aktivlar; F) Barcha javoblar to'g'ri.

11. Korxonaning ustav sarmoyasi – bu...

A) korxonada faoliyat boshlash va yuritish, hamkorlarga kafolat uchun to'plangan sarmoya; B) korxonaning barcha sarmoyasi; D) korxonaning kreditga olgan mablag'laridan boshqa sarmoyasi; E) tadbirkorning sheriklari va hamkorlari qo'shgan ulushlari; F) chetdan jalb qilingan sarmoya.

12. Amortizatsiya – bu...

A) uzoq muddatli aktivlarning eskirish qiymatining mahsulotga o'tkazilish va pul shaklida qaytib kelish jarayoni; B) uzoq muddatli aktivlarning yangilanish jarayoni; D) uzoq muddatli aktivlarning ishdan chiqish jarayoni; E) uzoq muddatli aktivlarni ishlatish jarayoni; F) barcha javoblar to'g'ri.

13. Amortizatsiya ajratmasi – bu...

A) uzoq muddatli aktivlarning eskirishi. B) uzoq muddatli aktivlarning yangilanishi; D) uzoq muddatli aktivlarning eskirish qiymatini mahsulot qiymatiga qo'shiladigan summasi; E) uzoq muddatli aktivlarning yaratish qiymati; F) barcha javoblar to'g'ri.

14. Amortizatsiya jang'armasi – bu...

A) amortizatsiya ajratmasini hisoblab chiqarilishi; B) amortizatsiya qiymatini aniqlash; D) amortizatsiya me'yorlarini belgilash; E) amortizatsiya ajratmasining jang'arib boriladigan ko'rinishi; F) barcha javoblar to'g'ri.

15. Uzoq muddatli aktivlarga (sarmoyaga) kiradi:

A) uzoq muddatli nomoddiy aktivlar; B) asosiy ishlab chiqarish vositalari; D) binolar va inshootlar; E) jihozlar va uskunalari; F) barcha javoblar to'g'ri.

16. Uzoq muddatli nomoddiy aktivlarga kiradi:

A) patentlar; B) savdo belgisi; D) sanoat namunalari; E) litsenziya; F) barcha javoblar to'g'ri.

17. Kapital qo'yilmalar – bu...

A) sarmoyaga ulush sifatida qo'shiladigan mablag'; B) asosiy vositalarga uzoq muddatli xarajatlar; D) kapital qurilishi; E) kapital ta'mirlash; F) To'g'ri javob yo'q.

18. Joriy sarmoya (aktivlar)ga kiradi:

A) binolar, inshootlar, uskunalar; B) nomoddiy aktivlar; D) kapital qo'yilmalar; E) aylanma va muomala sarmoyalari; F) barcha javoblar to'g'ri.

19. Aylanma sarmoyaga kiradi:

A) ishlab chiqarish zaxiralari; B) yarim tayyor mahsulotlar; D) tugallanmagan ishlab chiqarish; E) kelgusi davr xarajatlari; F) barcha javoblar to'g'ri.

20. Muomala sarmoyasiga kiradi:

A) ishlab chiqarish zaxiralari; B) yarim tayyor mahsulotlar; D) tayyor mahsulotlar; E) tugallanmagan ishlab chiqarish; F) barcha javoblar to'g'ri.

21. Sarmoya samaradorligi ko'rsatkichlari:

A) sarmoya qaytimi; B) sarmoya rentabelligi; D) sarmoya aylanuvchanligi; E) o'z sarmoyasi aylanuvchanligi; F) barcha javoblar to'g'ri.

22. Sarmoya samaradorligini ko'tarish yo'llari:

A) asosiy va aylanma sarmoya mutanosibligini ta'minlash; B) asosiy sarmoya tarkibida uning aktiv qismini oshirish; D) zamonaviy texnika va texnologiyalarni joriy qilish; E) sarmoya aylanishini tezlashtirish; F) barcha javoblar to'g'ri

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Aktivlar – tadbirkorlik faoliyatida bevosita ishtirok etib, uni amalga oshirish va foyda olishni ta'minlaydigan sarmoya.

Amortizatsiya ajratmasi – asosiy sarmoya obyektlari eskirishining qiymat ifodasi.

Amortizatsiya jamg'armasi (fondi) – asosiy sarmoya obyektlari qiymatining mahsulot qiymatiga o'tkazilgan qismining pul shaklida to'plangan mablag'lari.

Asosiy sarmoya – tadbirkorlik faoliyatida uzoq vaqt davomida bir necha ishlab chiqarish siklida ishtirok etib, o'z qiymatini tayyorlanayotgan mahsulot qiymatiga qisman-qisman o'tkazib boradigan va mahsulot sotilganda shu qismi pulga aylanib qaytib keladigan ishlab chiqarish vositalari.

Aylanma sarmoya – bir ishlab chiqarish siklida to‘liq iste‘mol qilinadigan, o‘zi ham, qiymati ham tayyorlanayotgan mahsulot tarkibiga to‘liq o‘tib, mahsulot sotilganda pulga aylanib qaytib keladigan ishlab chiqarish vositalari.

Joriy (qisqa muddatli) sarmoya – bir yilgacha muddatga xizmat qiladigan ishlab chiqarish va ayirboshlash jarayonlarini ta‘minlaydigan vositalar.

Kapital (lotincha *capitalis*) – eng muhim, asosiy, bosh narsa; (nemischa *kapital* – asosiy mulk) eng muhim, asosiy mulk.

Kapital qo‘yilmalar (investitsiyalar) – asosiy sarmoya obyektlarini qurish va xarid qilish, qayta qurish, modernizatsiya qilish kabi ishlarga qilinadigan uzoq muddatli xarajatlar.

Moddiy aktivlar – moddiy ko‘rinishga ega bo‘lgan ishlab chiqarish vositalari (binolar, inshootlar, jihozlar, uskinalar, transport vositalari, xomashyo, materillar va hokazolar).

Moliyaviy qo‘yilmalar (investitsiyalar) – bir yildan ortiq muddatga amal qiladigan qimmatli qog‘ozlarni sotib olishga qilingan xarajatlar.

Muomala sarmoyasi – muomala sohasida ayirboshlash jarayonlarini amalga oshirishda ishtirok etadigan vositalar.

Nomoddiy aktivlar – tadbirkorlik faoliyatida foydalaniladigan moddiy tusga ega bo‘lmagan vositalar (patent, litsenziya, tovar markasi, savdo belgisi, sanoat namunasi, komputer dasturlari, yerdan foydalanish huquqi va hokazolalar).

Sarmoyaning aylanishi – ishga kiritilgan sarmoya qiymatining to‘la-to‘kis mahsulotga o‘tib, yana dastlabki shakliga qaytib kelishgacha bo‘lgan harakati (uzoq muddatga xizmat qiladigan obyektlar qiymatining bir aylanishi bir necha doiraviy aylanishidan iborat bo‘ladi).

Sarmoyaning doiraviy aylanishi – sarmoya qiymatining bir ishlab chiqarish sikli uch (muomala, ishlab chiqarish, yana muomala) bosqichining har birida o‘ziga xos shaklni olib, shunga muvofiq vazifani bajarib yana dastlabki holati va shakliga qaytib kelishigacha bo‘lgan harakati.

Sarmoya rentabelligi – sarmoya birligiga to‘g‘ri keladigan sof foyda bo‘lib, sof foydaning sarmoyaning o‘rtacha yillik qiymatiga nisbatining foizda ifodasidir.

Sarmoya qaytimi – sarmoya birligiga to‘g‘ri keladigan sotilgan mahsulot qiymati, yoki mahsulot sotishdan tushgan sof tushumning sarmoyaning o‘rtacha yillik qiymatiga nisbatining so‘mda ifodasidir.

Tadbirkorlik sarmoyasi – tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda ishtirok etuvchi moddiy-moliyaviy va nomoddiy (tadbirkorlik qobiliyati va mehnatdan tashqari) resurslar majmuyi.

Tadbirkorning o'z sarmoyasi – tadbirkorlik faoliyatida ishlatiladigan tadbirkorning o'z egaligida bo'lgan mol-mulki.

Uzoq muddatli sarmoya-xizmat qilish muddati bir yildan ortiq bo'lgan hamda xizmat qilish muddatidan qat'iy nazar qiymati eng kam oylik ish haqining 50 barobariga teng va undan katta bo'lgan ishlab chiqarish vositalari.

Chetdan jalb qilingan sarmoya – qaytarib berish va haq to'lash sharti bilan tadbirkorlik faoliyatiga chetdan jalb qilingan sarmoya: kreditlar, qarzlar, investitsiyalar, ijaraga olindan vositalar va boshqalar.

XV BOB. TADBIRKORLIKDA MOLIVAVIY MUNOSABATLAR ASOSLARI

15. 1. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI MOLIVALASHNING AHAMIYATI VA MANBALARI

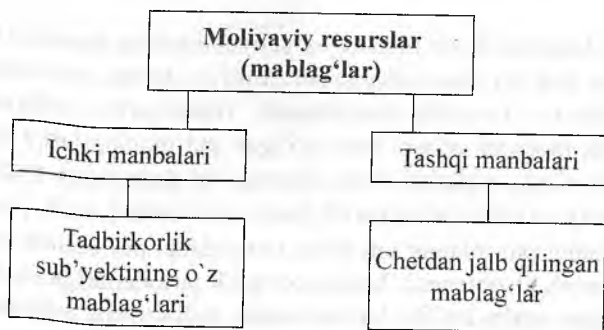
Moliya keng ma'noda iqtisodiyot subyektlarining daromad va xarajatlari bilan bog'liq munosabatlaridir. Moliya obykti pul mablag'lari, ya'ni moliyaviy resurslar hisoblanadi. Tadbirkorlik moliyasi – bu tadbirkorlik faoliyati uchun zarur bo'lgan pul mablag'larini shakllantirish, taqsimlash, ishlatish munosabatlari va jarayonlari majmuyidir. Uning asosiy vazifasi tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, yuritish va rivojlantirishni pul mablag'lari bilan ta'minlash, pul oqimlarini samarali boshqarish hisoblanadi. Moliya xo'jalik jarayonlariga kuchli ta'sir ko'rsatadigan vosita bo'lib, bir tomondan, tadbirkorlik subyektlari va, ikkinchi tomondan, davlat organlari, idoralari va muassasalari, boshqa korxonalar va tashkilotlar, jismoniy shaxslarning iqtisodiy manfaatlarini muvofiqlashtirish va ular o'rtasidagi iqtisodiy aloqalarni amalga oshirishda katta rol o'ynaydi.

Tadbirkorlikning moliyaviy resurslari uning pul mablag'laridir. Tadbirkorlik faoliyatida xilma-xil va murakkab o'zaro iqtisodiy aloqalar pul mablag'lari yordamida amalga oshiriladi. Pul mablag'lari vositasida takror ishlab chiqarishning bir fazasidan boshqa fazasiga o'tiladi hamda maqsadli jamg'armalar shakllantiriladi. Bular ishlab chiqarish va, umuman, tadbirkorlik faoliyatini uzluksiz yuritish va kengaytirish garovi bo'lib xizmat qiladi.

Tadbirkorlik moliya munosabatlarining muhim yo'nalishi yaratilgan tovarlar, ishlar, xizmatlarni ayirboshlashdan tushadigan pul mablag'larini ularning ishlab chiqarish va sotish xarajatlarini qoplash va foydani shakllantirish hisoblanadi. Bu munosabatlar tadbirkorlik subyektlarining o'z ishchi-xodimlari, sheriklari va hamkorlari, budjet, soliq va boshqa tashkilotlar hamda jamg'armalar bilan hisob-kitoblarni amalga oshirish, aylanma mablag'lar, amortizatsiya va boshqa

jamg'armalarni shakllantirish hamda pul mablag'lari harakati bilan bog'liq boshqa jarayonlarni qamrab oladi. Bundan tashqari, tadbirkorlik moliyasining vazifalaridan biri barcha o'zaro to'lovlarni to'liq va o'z vaqtida amalga oshirish ustidan moliyaviy nazorat olib borish hisoblanadi.

Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash deganda uni pul mablag'lari bilan ta'minlash tushiniladi. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash ikki xil manbadan – ichki va tashqi manbalardan amalga oshiriladi. (15.1- chizma qarang).



15. 1- chizma. Tadbirkorlik moliyaviy resurslari (mablag'lari) manbalari.

Moliyalashning ichki manbasi bo'lib bunda tadbirkorlik subyekti o'z mablag'lari – ustav sarmoyasi tarkibidagi pul mablag'lari, faoliyatdan olinadigan foyda, amortizatsiya jamg'armasi, tekinga berilgan mablag'lar kiradi. Tadbirkorlik subyekti yuridik shaxs ko'rinishida tashkil etilganda uning ustav sarmoyasi shakllantiriladi. Bu sarmoyaning hammasi yoki bir qismi pul mablag'lari bo'lishi mumkin. Mazkur mablag'lar ustavda belgilangan miqdorda shakllantiriladi va asosiy vositalar sotib olish, aylanma mablag'larni shakllantirish uchun ishlatiladi, ya'ni ishlab chiqarish vositalariga joylashtiriladi.

Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasi foyda bo'lib, u foydadan to'lanadigan majburiy to'lovlarni amalga oshirish, ayrim qarzlarni qaytarish va faoliyatni rivojlantirish uchun ishlatiladi. Amortizatsiya jamg'armasi mablag'laridan asosiy vositalarni qurish, sotib olish, ta'mirlash, rekonstruksiya va modernizatsiya qilish uchun foydalaniladi.

Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash tashqi manbalariga kreditorlar, investorlar, ijarachilar, sug'urta, lizing va boshqa tuzilmalar kiradi. Kerakli resurslar tashqi manbalardan turli tijorat shartlari asosida jalb qilinib ishlatiladi: ayrimlari sotib olinadi (xomashyo, materiallar, energiya va suv resurslari, yoqilg'i-moylash materiallari, texnika, texnologiya), ayrimlari ijaraga va lizinga olinadi (asosiy vositalar, yer), ayrimlari esa qarzga yoki kreditga olinadi (moliyaviy resurslar). Bunday resurslarni jalb qilish va ulardan foydalanishning tadbirkor uchun muhim jihatlari quyidagilar hisoblanadi:

- resurslarning har bir turiga nisbatan o'z ehtiyojini to'g'ri aniqlash;
- samarali manbalarni tanlash;
- o'ziga ma'qul shakllarda va shartlarda olish;
- zamonaviy, ilg'or variantlarini tanlash;
- ta'minotning uzluksizligi va davomiyligiga erishish;
- ulardan o'z faoliyatida samarali foydalanish.

15. 2. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI KREDITLASH

Tadbirkorlik faoliyatini moliyalashning tashqi manbalaridan tijorat banklari va kredit uyushmalari katta rol o'ynaydi. Tijorat banklarining asosiy vazifasi, operatsiyalari va xizmatlari quyidagilardan iborat:

- yuridik va jismoniy shaxslarning hisobvaraqlarini ochish va yuritish hamda ular bo'yicha omonatlarni jalb qilish;
- o'z mablag'lari va jalb etilgan mablag'lar hisobidan hamda o'z nomidan kreditlar berish;
- mulkdor yoki mablag'larni tasarruf etuvchi yuridik va jismoniy shaxslar bilan shartnomaga ko'ra pul mablag'larini boshqarish;
- yuridik va jismoniy shaxslardan chet el valutasini naqd pulga va pul o'tkazish yo'li bilan sotib olish va sotish;
- pul mablag'lari, veksellar, to'lov va hisob-kitob hujjatlari inkassatsiyasi;
- majburiyatlarning bajarilishini ko'zda tutadigan uchinchi shaxslarga kafolatlar berish;
- majburiyatlarning bajarilishi bo'yicha uchinchi shaxslardan talab huquqini sotib olish;

– qimmatli qog'ozlarni chiqarish, sotib olish, sotish, hisobga olish va saqlash, mijoz bilan shartnoma asosida qimmatli qog'ozlarni boshqa-rish va ular bilan boshqa operatsiyalarni bajarish;

– trast (mijozlarning mulkini ishonchli tarzda boshqarish) operatsiyalarini o'tkazish;

– moliyaviy lizingni amalga oshirish;

– moliyaviy injiniring (murakkab loyihalarni moliyalash, balansning yuqori qismida operatsiyalar o'tkazish, birlashish, sotib olish bo'yicha operatsiyalar, ko'chmas mulk bilan operatsiyalar)ni amalga oshirish;

– bank maslahati va axboroti xizmatlari ko'rsatish, yuridik va jismoniy shaxslarga maxsus binolar yoki uyerdagi seyflarni ijaraga berish.

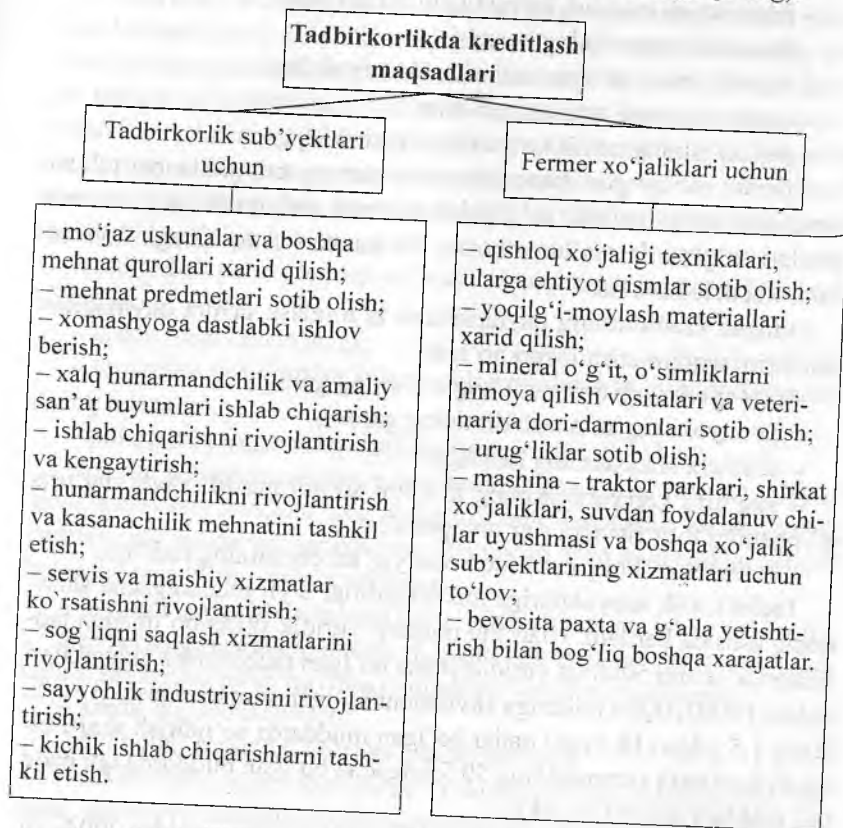
Tadbirkorlik subyektlarining banklar bilan o'zaro munosabatlari shartnoma bilan rasmiylashtiriladi va uning asosida amalga oshiriladi. Tadbirkorlik uchun banklarning eng muhim vazifalaridan biri kreditlar bilan ta'minlash hisoblanadi.

O'zbekistonda tadbirkorlik subyektlariga kreditdan foydalanishga qulay sharoitlar yaratilgan: tijorat banklari va ularning shaxobchalari-ning kengayishi, maxsus Mikrokreditbanklarning tashkil etilishi, kredit uyushmalarining rivojlanishi, kreditlash jarayonlarining takomillashib borishi, imtiyozli kreditlarning kengayishi, mikrokreditlarning joriy etilishi va hokazo.

O'zbekistonda keyingi yillarda tadbirkorlikni kreditlash borasida bir qator me'yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilindi: Markaziy bank tomonidan 2000- yil 22- fevralda tasdiqlangan "O'z faoliyatini yuridik shaxsni tashkil etmasdan amalga oshiruvchi xususiy tadbirkorlar va dehqon xo'jaliklarini tijorat banklari tomonidan milliy va xorijiy valutalarda mikrokreditlash tartibi", "O'z faoliyatini yuridik shaxsni tashkil etgan holda amalga oshiruvchi fermer xo'jaliklari, kichik biznesning boshqa subyektlarini tijorat banklari tomonidan milliy va xorijiy valutalarda mikrokreditlash tartibi" va boshqalar. Natijada tadbirkorlik subyektlariga beriladigan kreditlar yildan-yilga keskin oshib bormoqda. Respublika bo'yicha kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash uchun ajratilgan kreditlar 2001- yilda 171,5 mlrd. so'mni tashkil etgan bo'lsa, 2008- yilga kelib 1255,0 mlrd. so'mda yetgan, ya'ni 7,3 barobarga oshgan (3. 2- chizmaga qarang).

Tegishli hujjatlarda ta'kidlab o'tilganki, kreditlash qaytarimlilik, haq to'lash, ta'minlanganlik, muddatlilik va maqsadli foydalanish

shartlariga asosan amalga oshiriladi. Tadbirkorlik subyektlariga imtiyozli kreditlar va mikro kreditlar aniq maqsadlar uchun beriladi va ular faqat shu maqsadlarga ishlatilishi kerak (15. 2- chizmaga qarang).



15. 2- chizma. Tadbirkorlik faoliyatini kreditlash (mikrokreditlash) maqsadlari.

Tadbirkorlarga mikro kreditlar quyidagi maqsadlarga berilmaydi.

- ilgari olingan kreditlar yoki qarzlarni so'ndirish;
- tamakichilik va alkogolli ichimliklarni ishlab chiqarish;
- savdo-vositachilik faoliyatini amalga oshirish;
- ishlab chiqarish maqsadlarida foydalanilmaydigan shaxsiy mulkni xarid qilish.

Mikrokredit olish uchun quyidagi hujjatlar taqdim etilishi kerak:

1. Yuridik shaxs bo'lgan tadbirkorlik subyektlari:

- kredit summasi ko'rsatilgan ariza;
- foydalanish maqsadi ko'rsatilgan biznes reja;
- fuqarolik pasportining nusxasi.

2. Yuridik shaxs bo'lgan tadbirkorlik subyektlari:

- kredit summasi ko'rsatilgan ariza;
- pul oqimining tahlili ko'rsatilgan biznes reja;
- davlat soliq organi tomonidan tasdiqlangan oxirgi hisobot yili balans, moliyaviy natijalar to'g'risida hisoboti, debitorlik va kreditorlik qarzlari to'g'risida ma'lumotnoma, 90 kundan ortiq qarzga doir so'lishirma dalolatnoma.

Olingan kreditlarning qaytarilishini ta'minlash uchun quyidagilardan birini taqdim etish lozim bo'ladi:

- mol-mulk yoki qimmatli qog'ozlarning garovi;
- bank yoki sug'urta tashkilotining garovi;
- uchinchi shaxslarning kafilligi;
- sug'urta kompaniyasining kreditni so'ndirmaslik xavfi sug'urta qilinganligi to'g'risidagi sug'urta polisi;
- mahalla, qishloq, ovul fuqarolar yig'ini organining kafilligi.

Tadbirkorlik subyektlariga mikrokreditlar 3 yil muddatgacha shartnoma asosida beriladi. Ularning miqdori yuridik shaxs bo'lgan tadbirkorlar uchun 5000 va yuridik shaxs bo'lgan tadbirkorlik subyektlari uchun 10000 AQSh dollariga ekvivalent bo'lgan summani tashkil etadi. Bank 1,5 yilga (18 oyga) qadar bo'lgan muddatda so'ndirish sharti bilan mikrokredit summasining 50 foizigacha bo'lgan miqdorda uni naqd pul shaklida berishi mumkin.

Fermer xo'jaliklarini kreditlash Markaziy bank tomonidan 2004- yil 1- martda tasdiqlangan "Tijorat banklari tomonidan fermer xo'jaliklariga bo'lg'usi hosilni garovga olgan holda kredit berish to'g'risida Nizom" va "Tijorat banklari tomonidan fermer xo'jaliklarining yer uchastkasini ijaraga olish huquqini garovga olgan holda kredit berish to'g'risida Nizom" asosida amalga oshiriladi. Mazkur nizomlar davlat ehtiyojlari uchun qishloq xo'jaligi mahsulotlari yetishtiruvchi fermer xo'jaliklariga mo'ljallangan. Davlat ehtiyoji uchun qishloq xo'jaligi mahsulotlari yetishtirib bermaydigan fermer xo'jaliklarini kreditlash Markaziy bank

tomonidan 2000- yil 7- martda tasdiqlangan “Tijorat banklari tomondan fermer xo‘jaliklari, shuningdek, kichik biznes subyektlarini milliy valutada kreditlash tartibi” asosida amalga oshiriladi.

O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi huzuridagi Davlat ehtiyojlari uchun xarid qilinadigan qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining hisob-kitob jamg‘armasi kredit liniyalari hisobidan imtiyozli kredit oladigan fermer xo‘jaliklariga g‘alla bo‘yicha tuzilgan kontraktatsiya shartnomasi summasining 30 foizigacha va paxta bo‘yicha 20 foizigacha miqdorida, ushbu jamg‘arma hisobidan imtiyozli kredit olmaydigan fermer xo‘jaliklariga esa xos ravishda 80 va 70 foizigacha miqdorida imtiyozli kredit berilishi mumkin.

Kredit olish uchun fermer xo‘jaliklari taqdim etadigan hujjatlar quyidagilar:

- kredit olish uchun ariza;
 - tayyorlov tashkilotlari bilan tuzilgan kontraktatsiya shartnomalarining nusxalari;
 - pul oqimi prognozi ko‘rsatilgan biznes reja;
 - davlat soliq organi tomonidan tasdiqlangan oxirgi hisobot yili balans, moliyaviy natijalar to‘g‘risida hisoboti, debitorlik va kreditorlik qarzlari to‘g‘risida ma‘lumotnoma, 90 kundan ortiq muddatdagi qarzar bo‘yicha solishtirma dalolatnomalari;
 - kreditni qaytarish ta‘minoti (joriy yilda olinadigan bo‘lg‘usi hosil).
- Yer uchastkasini ijaraga olish huquqini garovga qo‘yib, kredit olish uchun fermer xo‘jaligi quyidagi hujjatlarni taqdim etishi kerak:
- kredit buyurtmanomasi;
 - pul oqimi prognozi ko‘rsatilgan biznes reja;
 - davlat soliq organi tomonidan tasdiqlangan oxirgi hisobot yili balans, moliyaviy natijalar to‘g‘risida hisoboti, debitorlik va kreditorlik qarzlari to‘g‘risida ma‘lumotnoma, 90 kundan ortiq muddatdagi qarzar bo‘yicha solishtirma dalolatnomalari;
 - yer uchastkasini uzoq muddatli ijaraga olish shartnomasining notarial tasdiqlangan nusxasi;
 - yer uchastkasini ijaraga olish huquqini garovga berish uchun ijaraga beruvchi (tuman hokimi)ning roziligi;
 - yer uchastkasining chizmasi.

O‘zbekistonda kredit uyushmalari ham rivojlanib bormoqda. Ular “Kredit uyushmasi to‘g‘risida”gi qonun va Markaziy bankning

me'yoriy hujjatlari asosida faoliyat olib boradilar. Kredit uyushmasi tadbirkorlik subyektlari tomonidan a'zolik asosida tashkil etiladi va o'z a'zolarini kreditlash bilan shug'ullanadi.

Kredit uyushmasi:

- o'z a'zolariga ustav jamg'armasi (fondi)ning 25 foizidan oshmagan miqdorda ishonch kreditlari ajratishi mumkin;
- o'z a'zolariga ustav jamg'armasi (fondi)ning 10 foizidan oshmagan miqdorda ishonch kreditlari (bankda qayd etiladigan) ajratishi mumkin;
- o'z a'zolarining aksiyalari va qo'yilmalaridan garov sifatida foydalanishi mumkin;
- kreditlarni naqd pul ko'rinishida berishi mumkin;
- bir a'zosiga berilgan kredit boshqa a'zosining depoziti asosida uning kafolati bilan ta'minlanishi mumkin.

15. 3. TADBIRKORLIKDA INVESTITSİYALAR VA LIZING

Investitsiya lotincha *investire* (kiyintirish, yasantirish) so'ziga asoslangan nemischa *investition* so'zidan kelib chiqqan bo'lib, biror ishga yoki korxonaga uzoq muddatga mablag' qo'yishni bildiradi. Investitsiya – bu sarmoyaga (kapitalga) mablag' qo'yish jarayoni hisoblanadi.

Tadbirkorlikda investitsiyalar ham muhim rol o'ynaydi. Investitsiyalar – bu tadbirkorlik faoliyati obyektlariga kiritiladigan moddiy va nomoddiy ne'matlar hamda ularga doir huquqdir. Investitsiyalar quyidagi yo'llar bilan amalga oshirilishi mumkin:

- korxonalar tuzish;
- korxonalarining ustav jamg'armasiga ulushli ishtirok etish, shu jumladan, mol-mulkni, aksiyalarni olish;
- qimmatli qog'ozlarni emissiya qilingan qarz majburiyatlarini olish;
- mulk huquqini, yer va boshqa tabiiy resurslarga egalik qilish va ulardan foydalanish (shu jumladan, ijara asosida) huquqini olish va boshqalar.

Investitsiya resurslariga quyidagilar kiradi:

- pul va boshqa moliyaviy mablag'lar, shu jumladan, kreditlar, paylar, aksiyalar va boshqa qimmatli qog'ozlar;

– ko‘char va ko‘chmas mol-mulk (binolar, inshootlar, uskunalar, transport vositalari va boshqa moddiy boyliklar) hamda ularga doir huquqlar;

– intellektual mulk obyektlari, shu jumladan, texnikaviy hujjatlar tarzida tuzilgan texnika, texnologiya, tijoratga oid va boshqa bilimlar majmuyi, u yoki bu turdagi ishlab chiqarishni tashkil etish uchun zarur bo‘lgan bilimlar va ishlab chiqarish tajribasi;

– yerga va boshqa tabiiy resurslarga, binolar, inshootlar, uskunalar egalik qilish va ulardan foydalanish huquqi, shuningdek, mulk huquqidan kelib chiquvchi ashyoviy huquqlar;

– qonun hujjatlariga muvofiq boshqa boyliklar.

Tadbirkorlikda mahalliy investitsiyalar bilan birgalikda xorijiy investitsiyalar ham jalb etish kengayib bormoqda. Lekin bunga bir qator salbiy ta‘sir ko‘rsatuvchi omillar mavjud. Ular quyidagilardan iborat:

– tadbirkorlarda investitsion strategiyaning yo‘qligi;

– ular investitsion siyosatni olib bora olmasliklari;

– axborotning yetishmasligi;

– biznes, tadbirkorlik ko‘nikmalarining jahon standartlari darajasida emasligi;

– hamkor topishda tajribasizlik;

– investitsion jozibadorlikni shakllantirishdagi sustkashlik va boshqalar.

Tadbirkorlikda investitsiyalarni yanada kengayishida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005- yil 11- apreldagi “To‘g‘ridan-to‘g‘ri xususiy xorijiy investitsiyalarni jalb qilishni rag‘batlantirish borasidagi qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni muhim ahamiyat kasb etadi. 2008 yilda iqtisodiyotni rivojlantirish uchun 6,4 mlrd AQSH dollari miqdorida investitsiya jalb qilingan. Uning 1,7 mlrd dollari xorijiy investitsiyalardir. Xorijiy investitsiyalarning 74 foizini to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar tashkil etadi. Bu investitsiyalardan tadbirkorlik subyektlari ham foydalanganlar. Bugungi kunda muhim ustuvor loyihalasi amalga oshirish bo‘yicha qiymati 24 mlrd. AQSH dollaridan ziyod bo‘lgan qariyb 300 ta investitsiya loyihalasi ustida ish olib borilmoqda. Uning 77 foizini yangi qurilish, qolgan qismini modernizasiya va rekonstruktsiya qilish, texnik va texnologik qayta jihozlash loyihalari tashkil etadi. Ularning 54 foizini korxonalarining o‘z mablag‘lari, 10,4

foizi Tiklanish va taraqqiyot jamg'armasi kreditlari, 36 foiziga yaqinini xorijiy investitsiya va kreditlar hisobidan moliyalash ko'zda tutilgan¹.

Tadbirkorlikda ijara munosabatlari ham keng o'rin egallaydi. Binolar, inshootlar, uskunalar, transport va boshqa ishlab chiqarish vositalari hamda mulk, yerni ijaraga olib, ular yordamida tadbirkorlik faoliyatini yuritish keng qo'llaniladi. Bunday masalalarni tartibga solish maqsadida respublikada "Ijara to'g'risida" degan maxsus qonun qabul qilingan. Xususan, qishloq xo'jaligida yer uchastkalarini uzoq muddatga ijaraga berish-olish, qishloq xo'jalik texnikasini ijaraga olib foydalanish keng o'rin egallaydi. Transport, qurilish va boshqa sohalar-da ham ijara ancha keng qo'llaniladi. Tadbirkorlikda ijara munosabat-lari ijara shartnomalari orqali rasmiylashtiriladi va amalga oshiriladi. Demak, ijara sohasida xo'jalik shartnomalarining bir ko'rinishi bo'lgan ijara shartnomalari katta rol o'ynaydi.

Keyingi yillarda moliyaviy ijara hisoblangan lizing ham rivojlanib bormoqda. Lizing inglizcha "to lease" so'zidan olingan bo'lib, ijaraga berish, foydalanishga topshirish degan ma'noni anglatadi. U 1877- yil "Bell" telefon kompaniyasi o'zining apparatlarini sotmay ijaraga be-rishdan boshlangan. Birinchi lizing kompaniyasi "Yunayted steysds liz-ing korporeyshn" 1852- yili San-Fransiskoda tashkil etilgan. Lizing oddiy ijaraga berish emas, balki u moliyalash shaklidir. Hozirgi paytda lizing barcha mamlakatlarda kapital qo'yilmalarni (investitsiyalarni) moliyalash bo'lib hisoblanadi. Ishlab chiqishda kapital qo'yilmalarni moliyalashning anchagina qismi lizmga to'g'ri keladi: Avstraliyada 30 – 33 foizi, AQShda 25 – 30, Buyuk Britaniyada 20, Germaniyada 15, Fransiya da 16 – 17 foizni tashkil etadi. O'zbekistonda ham lizing kompaniyalari ko'payib, ularning soni hozirgi kunda 27 taga yetgan. Lizing – bu lizing oluvchi tadbirkorlik subyekti lizing beruvchi (lizing kompaniyasi, bank va boshqalar) ning mablag'lari hisobidan xarid qi-lingan mol-mulkni egalik qilish va foydalanish uchun uzoq muddatga ijaraga oladi hamda shu mulkdan foydalanish orqali foyda ola borib, sekin-asta undan qarzini uzadi. Lizing muddati tugaganidan so'ng u mulk lizing olganing o'z mulkiga aylanishi mumkin. O'zbekistonda "Lizing to'g'risida" ham qonun qabul qilingan va lizing operatsiyalari uning yordamida tartibga solinadi. Mazkur qonunga ko'ra lizing ijara munosabatlarining alohida turi bo'lib, unda bir taraf (lizing beruvchi)

¹ Karimov I. A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etichning yo'llari va choralari. 18, 19, 37- b.

ikkinchi taraf (lizing oluvchi)ning topshirig'iga binoan uchinchi taraf (sotuvchi)dan haq to'lash evaziga egalik qilish va foydalanish uchun lizing shartnomasida belgilangan shartlarda berib qo'yish maqsadida mol-mulk (lizing obyektini) ni oladi. Lizing uch tarafdama (sotuvchi – beruvchi – oluvchi) yoki ikki tarafdama (beruvchi – oluvchi) lizing shartnomasi bo'yicha amalga oshiriladi. Uchinchi taraf lizing kompaniyasi bo'ladi.

Lizing shartnomasi bo'yicha kelgusida lizing oluvchiga topshirish maqsadida lizing obyektini mulk qilib oluvchi shaxs lizing beruvchi hisoblanadi. Egalik qilish va foydalanish uchun lizing shartnomasi bo'yicha lizing obyektini olayotgan shaxs lizing oluvchidir. Lizing beruvchi lizing obyektini kimdan olayotgan bo'lsa, shu shaxs sotuvchi hisoblanadi.

Moliyaviy va operativ lizing turlari mavjud. Moliyaviy lizingda lizing shartnomasi quyidagi talablardan biriga javob berishi kerak:

1) lizing shartnomasi muddati tugagach, lizing obyektini oluvchining mulkiga o'tadi;

2) lizing shartnomasi muddati obyektning xizmat muddatidan 80 foizdan ortiq bo'ladi, yoki lizing shartnomasi tugagach, lizing obyektining qoldiq qiymati uning boshlang'ich qiymatining 20 foizdan kamini tashkil etadi;

3) lizing oluvchi lizing obyektini qat'iy belgilangan narxda yoki lizing shartnomasi muddati tugaganda aniqlanadigan narxda sotib olish huquqiga ega;

4) lizing shartnomasi davridagi to'lovlarning umumiy summasi lizing obyektini qiymatining 90 foizdan ortiq bo'ladi.

Bu shartlardan birortasi lizing shartnomasida nazarda tutilmagan bo'lsa, bunday lizing operativ lizing (ijara) hisoblanadi.

Lizing shartnomasining muhim shartlari quyidagilar:

– lizing obyektining tavsiflanishi (obyektning miqdori, sifati, ro'yxati, kontrakt qiymati va boshqa ko'rsatkichlari) va shartnoma summasi;

– taraflarning lizing obyektini olish va berish bilan bog'liq majburiyatlari;

– lizing obyektini berish tartibi, shu jumladan, lizing obyektini yetkazib berish, montaj qilish va foydalanishga topshirish tartibi;

– lizing to'lovlari to'lash shartlari, miqdorlari, muddatlari va tartibi;

– lizing obyektidan foydalanish, unga qarash, uni saqlab turish va ta'mirlash bo'yicha taraflarning majburiyatlari;

– shartnomaning amal qilish muddati.

Bulardan tashqari taraflarning kelishuviga binoan lizing shartnomasiga quyidagi shartlar ham kiritilishi mumkin:

– lizing obyektini (moliyaviy lizingda) sotib olish tartibi va muddatlari;

– lizing shartnomasini o'zgartirish va bekor qilish;

– lizing obyektini sug'urta qilish;

– fors-major holatlar;

– lizing beruvchining qo'shimcha xizmatlar ko'rsatishi (bunday xizmatlarsiz obyektidan foydalanib bo'lmasa);

– lizing subyektlari tomonidan lizing shartlarini bajarilishini nazorat qilish tartibi.

Lizingning afzalliklariga quyidagilar kiradi:

1) xo'jalik yurituvchi subyektning mablag'lari tanqisligi sharoitida moliyaviy masalasini qisman hal qiladi;

2) uskunalarining tez ma'naviy eskirishi va yangilanishi sharoitida lizing beruvchi uskunalarni modernizatsiya qilib borishni ham o'z zimmasiga oladi;

3) lizing to'lovlari uning obyektini ishlatish yordamida olingan foydadan amalga oshiriladi;

4) lizing bo'yicha olingan uskunalar rentabelligi korxonalarda soliqqa tortish bazasini kamaytirishga yordam beradi;

5) lizing investitsion siyosatni jadallashtiradi.

Tadbirkorlikda sug'urta kompaniyalarining roli ham ortib bormoqda. Sug'urtaning asosiy maqsadi muayyan xavf paydo bo'lib, tadbirkorlik subyektlariga tahdid yuzaga kelganda salbiy iqtisodiy holatlarni yumshatish yoki ularning oldini olish hisoblanadi. Sug'urta tadbirkorlik subyektlarining iqtisodiy jihatdan mavjud bo'lib turishini ta'minlabgina qolmay, balki ko'riladigan talofotlarini imkoni boricha kamaytirib, xalq xo'jaligi muomalasini barqarorlashtiradi. Sug'urta tufayli shaxsiy sug'urta hollariga nisbatan xalq xo'jaligining tavakkalchilikdan sug'urta ehtiyojiga ajratilgan sarmoya ancha kamayadi. Mavhumlikning kamayishi sababli iqtisodiy o'sish ham qo'shimcha turtki oladi. Butun dunyoda sug'urta investitsiya va investorlarni jalb etishning keng sohasi bo'lib qoldi. Shuning uchun O'zbekistonda

“O‘zbekinvest”, “O‘zagrosug‘urta”, “Madad”, “Kafolat” kabi ko‘plab sug‘urta kompaniyalari tuzilib, tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko‘rsatib kelmoqda va ularning safi kengayib bormoqda.

Sug‘urtalash asosiy turlari quyidagilar hisoblanadi:

1) mulkning haqiqiy qiymati bo‘yicha sug‘urtalash. Bunday holatda sug‘urta tovonini ko‘rilgan zarar hajmiga teng bo‘ladi;

2) mulkning tiklanish qiymati bo‘yicha sug‘urtalash. Bunda sug‘urta tovonini tegishli ko‘rinishdagi yangi mulk qiymatiga teng bo‘ladi;

3) sug‘urtalashning franchayzing tizimi. Bunda sug‘urta tovonini sug‘urta polisida belgilab qo‘yilgan franchiza summasiga teng bo‘ladi. Ko‘rilgan zarar franchiza summasidan katta bo‘lsa, zararining ortiqcha qismi sug‘urta qildirgan tomonning zimmasiga tushadi.

Masalan, “O‘zagrosug‘urta” Davlat-aksiyadorlik sug‘urta kompaniyasi qishloq xo‘jaligi mahsulotlari yetishtirish bo‘yicha agrotexnik tadbirlarni o‘tkazish uchun avans tariqasida qaytarilishini sug‘urta qilish orqali fermer xo‘jaliklariga, birinchidan, transh orqali moliyalashga kafil bo‘lsa, ikkinchidan, tabiat injiqliklari va ishlab chiqarish texnologiyasiga bog‘liq bo‘lmagan sabablarga ko‘ra tayyorlov tashkilotlari oldidagi qarzlarini qoplash borasidagi tadbirlarni amalga oshirib kelmoqda.

Fermer xo‘jaliklariga taklif etiladigan sug‘urta turlari va ularning tariflari 15. 1- jadvalda keltirilgan.

15. 1- jadval

Sug‘urta turlari va ularga belgilangan tariflar

	Majburiy sug‘urta turlari	Tarif, %
1.	Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari bo‘yicha ishlarni o‘tkazish uchun avans tariqasida beriladigan va fyuchers kontraktlari bo‘yicha mablag‘lar qaytarilishini sug‘urta qilish.	1,0
2.	Tijorat banklari tomonidan fermer xo‘jaliklariga davlat ehtiyojlari uchun xarid qilinadigan paxta xomashyosi va g‘alla yetishtirishning mablag‘ bilan ta‘minlashga beriladigan imtiyozli kreditlar qaytarilishi bo‘yicha tadbirkorlik xavfini sug‘urtalash.	1,25
3.	Transport egalari fuqarolik javobgarligini sug‘urta qilish.	0,5 – 2,0 0,25
4.	Garovga qo‘yilgan mo-mulkni sug‘urta qilish	

Ixtiyoriy sug'urta turlari		
1.	Qishloq xo'jaligi korxonalarining ekinlari hosilini sug'urtalash.	
2.	Qishloq xo'jaligi ekinlarini qayta ekish natijasida oldindan ko'zda tutilmagan xarajatlarni sug'urta qilish.	2,5 – 8,5
3.	Qishloq xo'jaligi hayvonlarini tabiiy ofatlar, yuqumli kasalliklar natijasida nobud bo'lishini sug'urta qilish.	8 – 10
4.	Bog'lar va uzumzorlar hosilini tabiiy ofatlardan sug'urta qilish.	4 – 8
5.	Qishloq xo'jaligi korxonalarining tabiiy pichanzorlari, yaylovlari hosilini va tut daraxtlari barglarini sug'urta qilish.	8 – 12 2 – 3
6.	Pilla hosilini sug'urta qilish.	1 – 2
7.	Qishloq xo'jaligi korxonalarining lizingga olayotgan texnikalarini sug'urta qilish.	0,5
8.	Qishloq xo'jaligi korxonalarining mol-mulkini sug'urta qilish.	0,5 – 4,0 0,4 – 4,0
9.	Qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilari tomonidan jo'natiladigan yuklarni sug'urta qilish	

Manba: Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish asoslari. – T., Savdo-sanoat palatasi, 2005. – 67- b.

15. 4. TADBIRKORLIKDA SOLIQLAR

Tadbirkorlik moliyaviy munosabatlarida soliqlar muhim o'rin tutadi. Soliqlar – bu davlat budjetiga majburiy to'lov hisoblanadi. Davlat budjeti esa davlat tomonidan o'z vazifalarini amalga oshirish uchun sarflanadigan markazlashtirilgan pul jamg'armalaridir. Soliqlar har qanday davlatning asosiy daromad manbasi va shakli hisoblanadi. Soliqlarni davlatga pul mablag'lariga va boshqa boyliklarga ega bo'lgan jismoniy va yuridik shaxslar to'laydilar. Ular to'lovchilari va obyektlariga qarab bevosita va bilvosita soliqlarga bo'linadi. Bevosita soliqlar daromad, foyda, mol-mulk, yer va boshqa boyliklarga solinadi va ularga ega bo'lgan jismoniy hamda yuridik shaxslar mazkur soliqlarning to'lovchilari hisoblanadilar. Bilvosita soliqlar esa mahsulot narxi ustiga qo'yiladi va ularni to'lash mahsulot iste'molchilari (xaridorlari) zimma-

sigʻa tushadi. Bundan tashqari, soliqlar ular tushadigan budjetga qarab umumdavlat va mahalliy soliqlariga boʻlinadi. Umumdavlat soliqlari respublika markaziy budjetiga, mahalliy soliqlar esa mahalliy – viloyat, shahar, tuman budjetlariga tushadi.

Davlat soliqqa tortish yoʻli bilan fuqarolar, korxonalar, tashkilotlar, muassasalar daromadi, foydasi, mol-mulki va boshqa boyliklarining bir qismini olib qiyadi. Albatta, bu mazkur boyliklar egalari yoqmaydi. Ammo soliq toʻlovchilar shuni anglab olishlari zarurki, ular toʻlaydigan soliqlar hisobidan davlat ularning xavfsizligi, tinchligi va istiqboli, aholi farovonligi, taʼlimi, sogʻligi va ijtimoiy himoyasini taʼminlaydi, ularning unumli faoliyati uchun kerakli sharoitlar yaratadi. Eng muhimi soliq maqbul boʻlishi va tadbirkorlik, biznesning rivojlanishiga toʻsqinlik qilmasligi lozim.

Oʻzbekistonda soliqlarning huquqiy asoslarini Oʻzbekiston Respublikasi Soliq kodeksi va soliqqa oid boshqa qonunlari, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining farmonlari va qarorlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari va Oʻzbekiston Respublikasi Davlat soliq qoʻmitasining meʼyoriy hujjatlari tashkil etadi. Har bir tadbirkorlik subyekti oʻzi toʻlaydigan soliqlar va boshqa majburiy toʻlovlar toʻgʻrisida yaxshi tasavvurga ega boʻlishi kerak. Tadbirkorlik subyektlari toʻlaydigan soliqlar va toʻlovlar quyida koʻrib chiqiladi.

1. Yuridik shaxs tashkil etmagan holda tadbirkorlik faoliyati bilan shugʻullanadigan jismoniy shaxslar (yakka tadbirkorlar) daromadidan qatʼi belgilangan soliq. Bu soliq stavkasi eng kam oylik ish haqining karrali miqdorida faoliyat turi, uni amalga oshirish joyi (shahar, tuman, borish qiyin boʻlgan uzoq joylar), faoliyat hajmi va fizik koʻrsatkichlari (maydoni, oʻtirish oʻrni, jihozlangan joy va boshqalar)ga qarab belgilangan. Mazkur soliq har oy naqd pulda yoki pul koʻchirish yoʻli bilan toʻlanadi.

2. Tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari (avtoransportni qisqa muddatga saqlash joylari, bolalar oʻyin avtomatlari, bilyardxonalar) dan daromad oladigan yuridik va jismoniy shaxslardan undiriladigan qatʼi belgilangan soliq.

3. Yagona soliq toʻlovi. Bu soliq koʻpgina umumdavlat va mahalliy soliqlar va ayrim yigʻimlar oʻrnida toʻlanadi. Uni mikrofirmalar va kichik korxonalar, barcha savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari (ulgurji savdo korxonalari uyushmasiga kiruvchi ixtisoslashgan ulgurji

savdo bazalaridan tashqari), tavakkalchilikka asoslangan o'yinlarni tashkil etuvchi yuridik shaxslar, xususiyl amaliyot bilan shug'ullanuvchi notariuslar to'laydilar.

4. Yuridik shaxslarning daromadiga (foydasiga) solinadigan soliq. Bu soliqni yuqoridagi 2,3- bandlarda ko'rsatib o'tilgan yuridik shaxslardan tashqari umum belgilangan tartibda soliq to'lovchilar to'laydilar.

5. Mol-mulk solig'i. Uni mol-mulkka ega bo'lgan barcha yuridik va jismoniy shaxslar to'laydilar.

6. Yer solig'i. Bu soliqni yer uchastkasiga egalik qiluvchi va undan foydalanuvchi barcha yuridik shaxslar (yagona soliq tulovi va yagona yer solig'i to'lovchilaridan tashqari) hamda jismoniy shaxslar to'laydilar.

7. Yagona yer solig'i. Mazkur soliqni fermer va shirkat xo'jaliklari, yuridik shaxs bo'lgan dehqon xo'jaliklari va boshqa qishloq xo'jaligi korxonalari to'laydilar.

8. Yer ostidan foydalanganlik uchun soliq. Bu soliqni yer osti boyliklarini olib, qayta ishlaydigan hamda yer ostidan boshqacha tarzda foydalanadigan barcha yuridik shaxslar (shu jumladan, mikrofirma va kichik korxonalar) to'laydilar.

9. Suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq. Mazkur soliqni suvdan foydalanadigan barcha yuridik va jismoniy shaxslar (yagona soliq to'lovi va yagona yer solig'i to'lovchilaridan tashqari) to'laydilar.

10. Obodonlashtirish va ijtimoiyl infratuzilmani rivojlantirish solig'i. Uni barcha yuridik shaxslar (yagona soliq to'lovi va yagona yer solig'i to'lovchilaridan tashqari) to'laydilar.

11. Qo'shilgan qiymat solig'i. Bu soliqni mahsulot ishlab chiqaradigan va tovarlarni import qiladigan yuridik shaxslar to'laydilar.

12. Aksiz solig'i. Mazkur soliqni aksiz solig'iga tortiladigan tovarlarni ishlab chiqaradigan va import qiladigan yuridik shaxslar to'laydilar.

13. Bojxona to'lovlari. Ularni tovarlarni import va eksport qiluvchi yuridik va jismoniy shaxslar to'laydilar.

14. Tadbirkorlik faoliyati ayrim turlari bilan shug'ullanish uchun litsenziya yig'imlari.

15. Maqsadli jamg'armalarga majburiyl to'lovlar. Ularga quyidagilar kiradi: Pensiya jamg'armasi, Bandlikka ko'maklashish jamg'armasi, Respublika kasaba uyushmalari federatsiyasi jamg'armasi, Respublika yo'l jamg'armasi, Maktab ta'limini rivojlantirish jamg'armasi.

16. Ixtiyoriy to'lovlar: savdo-sanoat palatasi, fermer xo'jaliklari uyushmasi, qassoblar uyushmasi va boshqa tadbirkorlar uyushmalariga a'zolik badallari, mol-mulkni va shaxsni ixtiyoriy sug'urta qilish, turli xayriya jamg'armalari va ishlariga to'lovlar, homiylik va boshqalar.

Shunday qilib, tadbirkorlikda moliyaviy resurslarni shakllantirish va ishlatish katta ahamiyat kasb etadi. Moliyaviy resurslar bilan ta'minlangan taqdirda ham ular samarali yo'naltirilmasa va ishlatilmasa ko'zlangan natijaga erishib bo'lmaydi. Shuning uchun har bir tadbirkor moliyaviy resurslar va jarayonlarni boshqarishni yaxshi yo'lga qo'yishi va u bilan jiddiy shug'ullanishi lozim.

QISQACHA XULOSALAR

Tadbirkorlik faoliyati uchun zarur bo'lgan pul mablag'larini shakllantirish, taqsimlash, ishlatish masalalari tadbirkorlik moliyaviy munosabatlarini tashkil etadi. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash – bu tadbirkorlik faoliyatini moliyaviy resurslar, ya'ni pul mablag'lari bilan ta'minlash demakdir. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash ikki manbadan – ichki va tashqi manbadan amalga oshiriladi. Moliyalashning ichki manbayi tadbirkorlik subyektining o'z mablag'lari bo'lib, unga ustav sarmoyasi tarkibidagi pul mablag'lari, faoliyatdan olinadigan foyda, amortizatsiya jamg'armasi, tekinga berilgan mablag'lar kiradi. Moliyalash tashqi manbalariga kreditorlar, investorlar va boshqa qarz beruvchilar kiradi.

Tadbirkorlik faoliyatini moliyalashda kreditlash muhim rol o'ynaydi. Tadbirkorlik faoliyatini kreditlash – bu moliya-kredit muassasalari tomonidan tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va amalga oshirish uchun ma'lum shartlar asosida pul mablag'larini qarzga berishdir. Tadbirkorlik faoliyatini kreditlashda Mikrokreditbank, boshqa tijorat banklari va kredit uyushmalari asosiy o'rin egallaydilar. Tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlash maqsadida qonunchilikda uni kreditlashda bir qator imtiyozlar belgilangan.

Tadbirkorlikni rivojlantirishning asosiy moliyaviy manbayi investitsiyalar hisoblanadi. Investitsiya tadbirkorlik faoliyati obyektlariga kiritiladigan moddiy va nomoddiy ne'matlar hamda ularga doir huquqlardir. Ular ichki manbalardan (tadbirkorlik subyektlarining o'z

mablag'lari) va tashqi manbalardan (mahalliy va xorijiy investorlar) kiritilishi mumkin. Tadbirkorlik sohasida ham xorijiy investitsiyalar salmog'i ortib bormoqda.

Tadbirkorlikda investitsiyalarning ma'lum qismi lizing asosida kiritiladi. Lizing asosiy ishlab chiqarish vositalarini uzoq muddatga moliyaviy ijaraga berish bo'lib, tadbirkorlikda uning ham roli jiddiy tus olmoqda.

Sug'urtalash ham tadbirkorlik faoliyatida keng o'rin egallamoqda. U tadbirkorlik subyektlarining iqtisodiy yashovchanligini ta'minlash, ko'riladigan talafotlarni kamaytirish va faoliyatni barqaror yuritishga xizmat qiladi.

Tadbirkorlikda moliyaviy munosabatlarning muhim yo'nalishi soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bilan bog'liqdir. Bu yo'nalishda ham tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan chora-tadbirlar belgilangan – tadbirkorlik subyektlari uchun soliqqa tortishning soddalashtirilgan tartibi va turli soliq imtiyozlari ko'zda tutilgan. Tadbirkorlar ulardan samarali foydalanishlari lozim.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash va uning roli.
2. Tadbirkorlik moliyaviy resurslari va ularning manbalari.
3. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash ichki manbalari va ularning roli.
4. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash tashqi manbalari va ularning roli.
5. Tadbirkorlikda kreditlar, ularning roli va olish tartibi.
6. Tadbirkorlikda mikrokreditlar, ularning roli va olish tartibi.
7. Tadbirkorlikda investitsiyalar va ularning roli.
8. Tadbirkorlikda ijara munosabatlari va shartnomalari.
9. Tadbirkorlikda lizing, uning roli va rivojlanishi.
10. Tadbirkorlikda sug'urtalash va uning ahamiyati.
11. Tadbirkorlikda soliqlar va ularning roli.
12. Tadbirkorlikda kredit uyushmalarining o'rni.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Tadbirkorlikda moliyaviy resurslar – bu...

- A) ishlab chiqarish vositalari; B) xomashyo va materiallar; D) pul

mablag'lari va qimmatli qog'ozlar; E) ishlab chiqarilgan mahsulot; F) barcha javoblar to'g'ri.

2. Tadbirkorlikda moliyaviy resurslar manbalarini toping:

A) ichki manbalari va o'z mablag'lari; B) ichki manbalari va xomashyo manbalari; D) tashqi manbalar va qarzarlar; E) tashqi manbalar va xorijiy investitsiyalar; F) ichki va tashqi manbalar.

3. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash ichki manbalariga kiradi:

A) tadbirkorning o'z shaxsiy jamg'armalari; B) tadbirkorlikdan olingan foyda; D) amortizatsiya jamg'armasi; E) tadbirkorlik subyekting rezerv jamg'armasi; F) barcha javoblar to'g'ri.

4. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash tashqi manbalariga kiradi:

A) banklar; B) kredit uyushmalari; D) qarzar beruvchilar; E) uskunalarni ijaraga beruvchilar; F) barcha javoblar to'g'ri.

5. Imtiyozli kredit nima?

A) qisqa muddatli kredit; B) uzoq muddatli kredit; D) garovsiz beriladigan kredit; E) pasaytirilgan foiz stavkasi bilan beriladigan kredit; F) barcha javoblar to'g'ri.

6. Mikrokredit kimga beriladi?

A) mikrofirmalarga; B) kichik korxonalariga; D) yakka tadbirkorlarga; E) xususiy tadbirkorlik subyektlariga; F) barcha javoblar to'g'ri.

7. Mikrokredit qancha summaga beriladi?

A) bir million so'm; B) 5000 va 10000 AQSh dollari; D) 1000 va 10000 AQSh dollari; E) 5000 va 1000 AQSh dollari; F) barcha javoblar to'g'ri.

8. Mikrokredit olishga kim kafil bo'lishi mumkin?

A) sug'urta tashkilotining kafilligi; B) sug'urta polisi; D) uchinchi shaxsning kafilligi; E) mahalla qo'mitasi kafilligi; F) barcha javoblar to'g'ri.

9. Lizing – bu...

A) kreditning bir turi; B) qarzning bir turi; D) investitsiyaning bir turi; E) moliyaviy ijara; F) barcha javoblar to'g'ri.

10. Tadbirkorlikda lizing nima?

A) ishlab chiqarish vositalarini uzoq muddatga kreditga berish; B) ishlab chiqarish vositalarini keyinchalik sotib olish huquqi bilan uzoq muddatga ijaraga berish; D) ishlab chiqarish vositalarini keyinchalik qaytarib berish sharti bilan ijaraga berish; E) ishlab chiqarish vositalarini uzoq muddatga qarzga berish; F) ishlab chiqarish vositalarini korxonaga ustav jamg'armasiga kiritish.

11. Soliq imtiyozlari kimlarga beriladi?

A) fermer va dehqon xo'jaliklariga; B) mikrofirmalar va kichik korxonalar; D) yangi tuzilgan korxonalar; E) o'zi ishlab chiqargan tovarlarni eksport qiluvchi korxonalar; F) barcha javoblar to'g'ri.

12. Yagona soliq to'lovini kimlar to'laydi?

A) mikrofirmalar; B) kichik korxonalar; D) savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari; E) xususiy amaliyot bilan shug'ullanadigan notariuslar; F) barcha javoblar to'g'ri.

13. Qat'iy belgilangan soliqni kim to'laydi?

A) yakka tadbirkorlar; B) mikrofirmalar; D) kichik korxonalar; E) xususiy korxonalar; F) barcha javoblar to'g'ri.

14. Tadbirkor moliyaviy resurslarni qaysi tashqi manbadan olgani ma'qul?

A) bank 17 foizli kredit uchun sug'urta polisi va garov talab qilgan; B) bank 18 foizli kredit uchun garov talab qilgan; D) yakka tadbirkor 18 foizli qarz uchun garov talab qilgan; E) yakka tadbirkor 20 foizli qarzni naqd pulda berish uchun garov talab qilgan; F) barchasi birday ma'qul.

15. Kredit uyushmasi kredit beradi:

A) o'z a'zolariga; B) yakka tadbirkorlarga; D) mikrofirmalarga; E) hunarmandlarga; F) barcha xohlovchilarga.

16. Tadbirkorga ma'qul:

A) qarz olish; B) kredit olish; D) investitsiya olish; E) aksiyalar olish; F) barchasi birday ma'qul.

17. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash – bu...

A) ishlab chiqarish vositalari bilan ta'minlash; B) kredit bilan ta'minlash;
D) pul mablag'lari bilan ta'minlash; E) moliyaviy natijalarga erishish; F)
barcha javoblar to'g'ri.

18. Mikroreditbank kimlarga xizmat ko'rsatadi?

A) yakka tadbirkorlarga; B) xususiy korxonalariga; D) fermer xo'jaliklariga;
E) mikrofirmalarga; F) barcha javoblar to'g'ri.

19. Kreditning narxi nimada ifodalanadi?

A) foiz stavkasida; B) foizda; D) koeffitsiyentda; E) so'mda; F) to'g'ri ja-
vob yo'q.

20. Maqsadli kredit beriladi:

A) har qanday maqsadlar uchun; B) aniq maqsadlar uchun; D) faqat asosiy
vositalar olish uchun; E) budjetdan qarzlarni uzish uchun; F) barcha javob-
lar to'g'ri.

21. Investitsiya – bu...

A) pul jamg'arish; B) boylik jamg'arish; D) mablag' jamg'arish; E) kapi-
talga mablag' qo'yish; F) barcha javoblar to'g'ri.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Amortizatsiya ajratmasi – asosiy vositalar eskirish qiymatining pulga ay-
lanib to'plangan summasi bo'lib, ularni qurish, sotib olish, rekonstruksiya va
modernizatsiya qilish uchun ishlatiladi.

Foiz stavkasi – vaqtincha foydalanish (kredit, qarz) ga berilgan yoki saqlash
(omonat) ga qo'yilgan pul mablag'lari uchun to'lov miqdori.

Investitsiya-asosiy vositalar va qimmatli qog'ozlarga uzoq muddatga
mablag' kiritish.

Kredit – moliya-kredit muassasalari tomonidan ma'lum shartlar asosida
qarzga beriladigan pul mablag'lari.

Kreditlash – moliya-kredit muassasalari tomonidan ma'lum shartlar aso-
sida pul mablag'larini qarzga berish.

Kredit ta'minoti – kreditga olinadigan pul mablag'larini qaytarilishini tegishli kafolatlar bilan ta'minlanishi.

Kredit uyushmasi – tadbirkorlik subektlari tomonidan a'zolik asosida tashkil etiladigan va asosan o'z a'zolari faoliyatini kreditlash bilan shug'ullanadigan moliya-kredit muassasasi.

Lizing – asosiy vositalarni lizing shartnomasida belgilangan muddat tugagach qoldiq qiymati bo'yicha sotib olish huquqi bilan uzoq muddatga moliyaviy ijaraga berish.

Mikrokredit – kichik tadbirkorlik subyektlariga uncha katta bo'lmagan summalarda beriladigan kredit.

Moliyaviy resurslar – pul mablag'lari, valuta mablag'lari va qimmatli qog'ozlar majmuyi.

Tadbirkorlik moliyaviy munosabatlari – tadbirkorlik faoliyati uchun zarur bo'lgan pul mablag'larini shakllantirish, taqsimlash va ishlatish, pul oqimlarini boshqarish bilan bog'liq munosabatlar.

Tadbirkorlik faoliyatini moliyalash – tadbirkorlik faoliyatini moliyaviy resurslar, ya'ni pul mablag'lari bilan ta'minlash.

Tadbirkorning o'z mablag'lari – tadbirkorlik faoliyatida ishlatiladigan va tadbirkorning o'z mulki bo'lgan mablag'lar.

Tadbirkorlikka chetdan jalb qilingan mablag'lar – tadbirkorlik faoliyati uchun kreditga, qarzga, lizingga, ijaraga olingan mablag'lar.

Tadbirkorlikda soliqlar – tadbirkorlik subyektlarining davlat budjetiga qonunlarda belgilangan majburiy to'lovlari.

Tadbirkorlikda boshqa majburiy to'lovlar – tadbirkorlik subyektlarining maqsadli jamg'armalar (Pensiya jamg'armasi, Bandlikka ko'maklashish jamg'armasi, Respublika yo'l jamg'armasi, Maktab ta'limini rivojlantirish jamg'armasi va boshqalar)ga qonunlarda belgilangan majburiy to'lovlari.

Sug'urtalash – tadbirkorlik subyektlarining tavakkal qilishi natijasida va boshqa ko'zda tutilmagan vaziyatlarda yuzaga keladigan yo'qotishlardan himoyalangan usuli.

Sug'urta polisi – sug'urta tashkiloti tomonidan berilgan tadbirkorlik subyektlarining turli yo'qotishlardan himoyalanganligini tasdiqlovchi hujjat.

XVI BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI HISOBI VA TAHLILI ASOSLARI

16. 1. TADBIRKORLIKDA HISOB YURITISH VA HISOBOT

Tadbirkorlikda ham boshqa sohalardagidek hisob yuritish va hisobot yo'lg'a qo'yilishi lozim. O'zbekiston Respublikasi qonunlariga muvofiq tadbirkorlik subyektlari tomonidan buxgalteriya, statistika, operativ hisob yuritiladi va shunday hisobotlar tayyorlanadi. Mikrofirma va kichik korxonalar hisob yuritish va hisobot tayyorlashni soddalashtirilgan tizimda amalga oshiradilar. Yakka tadbirkorlar esa xo'jalik operatsiyalari daftarini yuritishlari lozim.

Tadbirkorlikda ham hisob yuritishda buxgalteriya hisobi asosiy rol o'ynaydi. Buxgalteriya hisobi – bu tadbirkorlik faoliyatini yoppasiga, uzluksiz, asoslangan holda aks ettirish tizimidir. U tadbirkorlik subyekting barcha moliyaviy ishlari, xo'jalik operatsiyalari, mablag'lari va ularning manbalari, xomashyo, materiallar yetkazib beruvchilar, xaridorlar, soliq, ijtimoiy sug'urta va boshqa tashkilotlar bilan hisob-kitoblari, ularning majburiyatlari, xarajatlari, daromadlari, foydasini aks ettiradi. Buxgalteriya hisobining asosiy maqsadi rahbariyatni o'z vaqtida to'liq va haqqoniy moliyaviy axborot bilan ta'minlashdir.

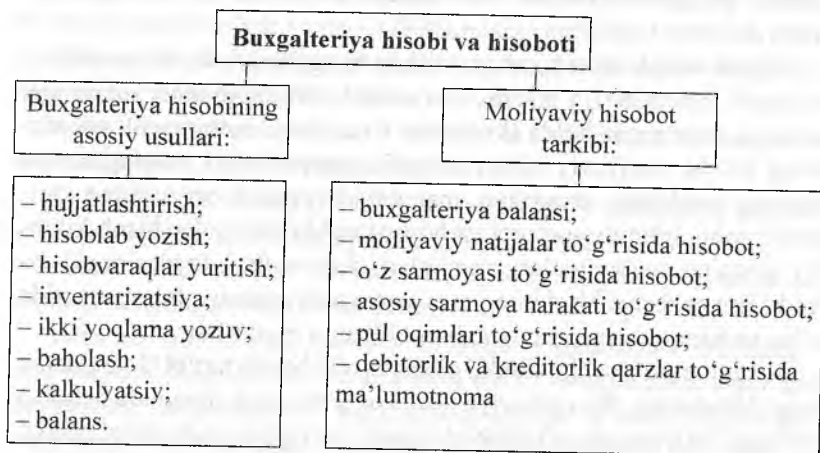
Buxgalteriya hisobini tashkil qilish va olib borish tartibi O'zbekiston Respublikasining "Buxgalteriya hisobi to'g'risida"gi qonunida belgilab berilgan. Bu qonunda ta'kidlab o'tilganki, buxgalteriya hisobini tashkil etish tadbirkor (korxonahabari) zimmasiga yuklanadi, hisob-kitoblarni to'g'ri olib borish va undagi ma'lumotlarning haqqoniyligi uchun tadbirkor va bosh buxgalter javobgar hisoblanadi.

Buxgalteriya hisobi bir qator tamoyillar asosida tegishli usullar bilan amalga oshiriladi. Uning asosiy tamoyillari quyidagilar:

- buxgalteriya hisobini ikki yoqlama yozuv yo'li bilan olib borish;
- buxgalteriya hisobining uzluksizligi;
- xo'jalik operatsiyalari, aktivlar va passivlarni pulda ifodalash;
- ma'lumotlarning haqqoniyligi;
- hisoblab yozish;

- ehtiyotkorlik;
- iqtisodiy reallik;
- davomiylik;
- muhimlilik;
- jamg'arish;
- obyektivlik;
- moliyaviy hisobotning xolisligi;
- hisobot davrida daromad va buromadning mosligi;
- aktivlar va majburiyatlarni haqqoniy baholash;
- hisobot ko'rsatkichlarining taqqoslanuvchanligi.

Mazkur tamoyillar asosida buxgalteriya hisobi o'ziga xos usullar yordamida olib boriladi va ular negizida moliyaviy hisobotlar tuziladi (16. 1- chizmaga qarang).



16. 1- chizma. Buxgalteriya hisobi usullari va moliyaviy hisobot tarkibi.

Tadbirkorlikda amalga oshiriladigan har bir xo'jalik va hisob-kitob operatsiyasi maxsus hujjatlarda aks ettiriladi. Buxgalteriya hujjatlari-ga maxsus jurnallar, kitoblar, qaydnomalar, varaqlar kiradi. Ularning hammasi turkumlashtirilgan va bir tizimga keltirilgan. Buxgalteriya hisobining asosiy hujjatlaridan biri balans hisoblanadi. Balans so'zi muvozanatni anglatadi. Balans aktiv (mablag'larning joylashtirilishi) va passiv (mablag'larning manbalari) qismlardan iborat bo'lib, ular-

ning summalari o'zaro teng, ya'ni muvozanatda biladi. Balans aniq bir sanaga tuziladi va tadbirkorning o'tgan davrdagi moliyaviy ahvolini aks ettiradi. Balansning aktiv qismida mablag'larning taqsimlanishi (asosiy vositalar, uzoq muddatli kapital qo'yilmalar, moliyaviy qo'yilmalar, aylanma mablag'larga joylashtirilishi), passiv qismida esa mablag'larning manbalari ko'rsatiladi.

Buxgalteriya hisobining to'g'riligi va moddiy boyliklarning to'liq saqlanayotganligini tekshirish uchun inventarizatsiya o'tkaziladi. Inventarizatsiya deganda moddiy boyliklarni operatsiyada (mavjud holda) hisoblash va yozuvlarni tekshirish orqali butun boyliklarning muayyan paytda haqiqatan borligi va holatini aniqlash tushuniladi. O'zbekiston qonunlariga muvofiq yuridik shaxs bo'lgan tadbirkorlik subyektlari har yili yillik hisobot tuzishdan oldin inventarizatsiya o'tkazishlari shart. Tadbirkorlikda ishlab chiqarish va sotish xarajatlari va mahsulot tannarxini hisob-kitobi muhim ahamiyat kasb etadi. Buxgalteriya hisobida xarajatlarni to'g'ri gurushlash va aks ettirish O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan 1999- yil 5- fevralda tasdiqlangan "Mahsulot (ishlar, xizmatlar) ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risida Nizom"ga binoan amalga oshirilishi lozim.

Buxgalteriya hisobining muhim vazifalaridan biri xodimlar ish haqi va undan turli ajratmalarni, tadbirkorlik faoliyati natijalari – daromad, foyda, sof foyda va zararlar, soliqlar va boshqa to'lovlarning hisob-kitobini olib borish hisoblanadi.

Tadbirkorlik subyektlari belgilangan tartibda hisobotlar tuzib, tegishli organlarga taqdim etishlari kerak. Ular soliq organlariga moliyaviy hisobot taqdim etadilar. Yuridik shaxslar moliyaviy hisoboti quyidagilarni o'z ichiga oladi:

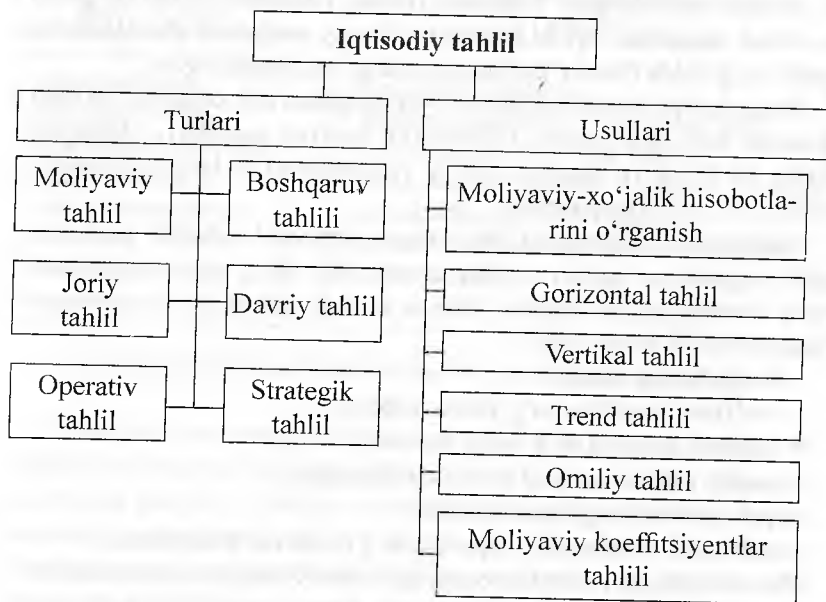
- buxgalteriya balansi;
- moliyaviy natijalar to'g'risida hisobot;
- xususiy sarmoya to'g'risida hisobot;
- asosiy kapital harakati to'g'risida hisobot;
- pul oqimlari to'g'risida hisobot;
- debitorlik va kreditorlik qarzlar to'g'risida ma'lumotnoma.

Bundan tashqari, statistika organiga statistik hisobot taqdim etishlari lozim. Mikrofirma va kichik korxonalar yil tugagach, yillik moliyaviy va statistika hisobotlarini taqdim etishlari kerak.

Shunday qilib, tadbirkorlikda hisob va hisobot faoliyat ko'zgusi bo'lib, tadbirkorlik faoliyatining hamma tomonlarini batafsil, tegishli hujjatlar bilan tasdiqlangan holda aks ettiradi va uning moliyaviy-iqtisodiy ahvolini ko'rsatib turadi. Bu borada asosiy vazifa hisob yuritish va hisobot tuzish ishlarini to'g'ri yo'lga qo'yish va olib borish hamda ulardan samarali foydalanish hisoblanadi.

16. 2. TADBIRKORLIKDA IQTISODIY TAHLIL, UNING TURLARI VA USULLARI

Iqtisodiy tahlilning asosiy maqsadi qo'yilgan vazifalarning bajarilishini, belgilangan ko'rsatkichlarga erishish darajasini, ulardan chetlanishlar razmeri va sabablarini aniqlash hisoblanadi. Iqtisodiy tahlil tadbirkorlikda tegishli qarorlar qabul qilish, faoliyatni boshqarish va samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi. Iqtisodiy tahlil bir necha turlarda va bir qator usullar bilan amalga oshiriladi (16. 2- chizmaga qarang).



16. 2- chizma. Iqtisodiy tahlil turlari va usullari.

Joriy tahlil – bu har bir ish soati, smenasi, kuni, haftasiga rejalashtirilgan ishlarning bajarilishini muntazam tahlil qilib borishdir.

Operativ tahlil tovar ishlab chiqarish, ish bajarish, xizmat ko‘rsatish bo‘yicha rejalashtirilgan ishlarning har bir ish joyi, uchastka, brigadada har soatda, smenada, kunda, haftada bajarish darajasi va kamchiliklarini tezkorlik bilan aniqlash va ishlarning belgilangan tartibda borishini ta‘minlashga xizmat qiladi.

Davriy iqtisodiy tahlil belgilangan ma‘lum vaqtlarda o‘tkaziladi. Uning maqsadi tadbirkorlik faoliyatining o‘tgan hisobot davridagi ahvoli va undagi o‘zgarishlarni aniqlash va baholash hisoblanadi. Shuning uchun bunday tahlil oy, chorak, yarim yil, 9 oy va yil tugagandan so‘ng tuzilgan tegishli hisobotlar asosida o‘tkaziladi. Tadbirkorlikda iqtisodiy tahlilning yuqorida ko‘rib o‘tilgan ikki turi ham muhim rol o‘ynaydi va bir-birini to‘ldirib boradi.

Strategik tahlil bir yilga, bir necha yilga mo‘ljallangan strategik rejalarining bajarilishini tahlil qilishga xizmat qiladi.

Iqtisodiy tahlil usullari quyidagilar hisoblanadi:

- moliyaviy-xo‘jalik hisobotlarini o‘rganish;
- gorizonttal tahlil;
- vertikal tahlil;
- trend tahlili;
- omiliy tahlil;
- moliyaviy koeffitsiyentlar tahlili.

Moliyaviy – xo‘jalik hisobotlaridagi ma‘lumotlarni o‘rganish tahlilining muhim usullaridan biridir. Hisobotlarni o‘rganish tadbirkor (korporatsiya) tomonidan mablag‘larni jalb qilish manbalari, mablag‘larni joylashtirish yo‘nalishlari, hisobot davrida olingan foyda va uning asosiy manbalari, pul mablag‘lari olishning manbalari to‘g‘risida xulosalar chiqarishga imkon beradi. Lekin bu usul tadbirkor faoliyati asosiy ko‘rsatkichlarining o‘zgarishlarini va boshqa o‘ziga o‘xshash tadbirkorlar o‘rtasidagi mavqeni baholashga yaramaydi. Buning uchun esa boshqa usullarni qo‘llashga to‘g‘ri keladi.

Gorizonttal tahlil tadbirkorlik faoliyatining yo‘nalishlari bo‘yicha asosiy ko‘rsatkichlarining belgilangan rejadan mutlaq va nisbiy chetlanishlarini baholash hamda boshqa o‘xshash tadbirkorlar faoliyatining ko‘rsatkichlari bilan taqqoslashga imkon beradi. Bu usulda taqqoslash (qiyoslash) va uning turli variantlari asosiy rol o‘ynaydi. Masalan, tad-

birkor bir oyda 15 million soʻmlik mahsulot ishlab chiqarib, sotishni rejalashtirgan boʻlib, haqiqatan, 16 million soʻmlik mahsulot ishlab chiqarib sotgan. Demak, u rejadan 1 million soʻmga koʻproq sotgan va belgilangan rejasini 106,7 foizga bajargan hisoblanadi.

Vertikal tahlil umumiy yoki yakuniy koʻrsatkichlar (hodisalar) tarkibiy qismlarining salmogʻini aniqlash va baholashga xizmat qiladi. Uni tarkibiy (strukturaviy) tahlil ham deb ataydilar. Bu usul tadbirkorning faoliyat turlari va tovar turlari boʻyicha foyda tarkibi, tadbirkorning sarmoyasi tarkibi, ulardagi tarkibiy (strukturaviy) oʻzgarishlarni baholashga qoʻl keladi. Masalan, tadbirkor ham tovar ishlab chiqarish, ham xizmat koʻrsatish bilan shugʻullanib, oʻtgan yilda 8 million soʻm foyda olgan. Foydaning 5 million soʻmi, yaʼni 60 foizi tovar ishlab chiqarib sotishdan, 3 million soʻmi, yaʼni 40 foizi esa xizmatlar koʻrsatib olingan. Bu yil olingan 9 million soʻm foydaning 6 million soʻmi, yaʼni 66,7 foizi tovar ishlab chiqarib sotishdan, 3 million soʻmi, yaʼni 33,3 foizi esa xizmatlar koʻrsatib olingan. Demak, bu yil oʻtgan yilga nisbatan tovar ishlab chiqarib sotishdan olingan foydaning hajmi ham, hissasi ham oshgan, xizmatlar koʻrsatishdan olingan foydaning hajmi oʻzgarmagan holda hissasi pasaygan. Tadbirkor bu raqamlarni hisoblab chiqargandan soʻng, bunday oʻsish va oʻzgarishlarning sabablarini aniqlashi hamda mazkur koʻrsatkichlar yanada yaxshiroq boʻlishi uchun tegishli chora-tadbirlar koʻrishi mumkin.

Trend (tendensiya) tahlili bir necha oylar yoki yillar mobaynida tadbirkorlik faoliyati asosiy koʻrsatkichlari bazis koʻrsatkichlarga nisbatan qanday va qancha oʻzgarganini aniqlashga yordam beradi. Bu usul gorizontaal tahlilning bir varianti boʻlib, qiyoslash uchun reja yoki oʻtgan yil koʻrsatkichlari emas, balki nisbatan uzoqroq oʻtgan davr koʻrsatkichlarini asos (bazis) qilib olishni taqozo etadi. Bunday tahlilda asosiy koʻrsatkichlarning nisbatan uzoq vaqt davomida (3,5,10 va hokazo oy, yilda) oʻzgarish tendensiyasi (barqaror qolishi, oʻsishi, pasayishi) ni aniqlash mumkin. Masalan, tadbirkor oxirgi 3 yilning birinchi yili 1,5 million soʻm, ikkinchi yili 1,7 million soʻm, uchinchi yili esa 2,0 million soʻm foyda olgan. Birinchi yildagi foyda hajmi 1,5 million soʻm bazis koʻrsatkich boʻlib, keyingi yillardagi foyda koʻrsatkichlari u bilan taqqoslanadi. Demak, tadbirkorning 3 – yilda olgan foydasi 1- yilda olgan foydasiga qaraganda 33,3 foizga oʻsgan. Foydaning bazis deb qabul qilingan yildan keyingi ikki yildagi oʻrtacha yillik oʻsish surʼati

16,65 foizni tashkil etadi. Bunday o'sish sur'ati yaxshi ko'rsatkich hisoblanadi va tadbirkor keyingi yillarda ham unga erishishga harakat qilishi kerak bo'ladi.

Amaliyotda ko'pchilik tadbirkorlar va korxonalar o'z faoliyatining o'tgan 3 – 5- yillardagi taraqqiyot xarakteri (tendensiyasi va sur'atlari) ni aniqlashga harakat qiladi. Bu, xususan, strategik rejalashtirish va qarorlar qabul qilishda katta rol o'ynaydi.

Omiliy tahlil tadbirkor faoliyatining asosiy ko'rsatkichlariga muhim omillar ta'sirini hisoblab, bu ta'sirni kuchaytirish yoki pasaytirish chora-tadbirlarini ko'rish imkonini beradi. Masalan, tadbirkorning foydasi bir yilda 1 million so'mga o'sgan va bu o'sish 3 ta muhim omil ta'siri ostida yuz bergan bo'lsin. Demak, mazkur omillar (mahsulot ishlab chiqarishning ko'payishi, tannarxning pasayishi, bozorda narxning tushishi) dan har birining foydaga ta'sirini aniqlash kerak bo'ladi. Bu omillardan ikkitasi foydaga ijobiy, oxirgisi esa salbiy ta'sir qilgani aniq. Faraz qilaylik, mahsulot ishlab chiqarish hajmining ortishi foydani 0,7 million so'mga, mahsulot tannarxining pasayishi 0,5 million so'mga o'sishini ta'minlagan bo'lsa, bozorda narxning tushishi uni 0,2 million so'mga kamayishiga olib kelgan. Tadbirkor omiliy tahlil natijasida ravshan bo'lgan bunday holatni ko'rib, foydani yanada oshirish uchun mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirish va xarajatlarini pasaytirish, mahsulot sifatini yaxshilab, narxni saqlab qolish choralarini ko'rish zarur bo'ladi.

Moliyaviy koeffitsiyentlar tahlili ayrim hodisalar, ko'rsatkichlar o'rtasidagi nisbatlarni o'rganishga qaratilgan. Moliyaviy koeffitsiyentlar tadbirkor faoliyatini tezroq va osonroq baholashga imkon beradi va shuning uchun keng qo'llaniladi.

16. 3. TADBIRKORLIKDA MAHSULOT ISHLAB CHIQUARISH VA SOTISHNI TAHLIL QILISH

Tadbirkorlikda mahsulot ishlab chiqarish va sotishni tahlil qilish uchun ularni aks ettiruvchi ko'rsatkichlarni aniqlab olish zarur. Bunday ko'rsatkichlar ma'lum davr ichida ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi, assortiment strukturasi, tannarxi, sifati va raqobatbardoshlik ko'rsatkichlari, mahsulotni sotish hajmi, strukturasi va boshqalar

hisoblanadi. Ulardan eng muhim yakuniy ko'rsatkich mahsulot sotish hajmidir. Chunki ishlab chiqarilgan mahsulotni sotmasdan foyda olib bilmaydi. Ishlab chiqarish va sotish ko'rsatkichlari natural (kg, tonna, litr, metr) va qiymatliy (so'm, ming so'm, million so'm) birliklarda ifoda etiladi.

Ularni qiymat ko'rinishida hisoblash va baholash uchun solishtirma narxlardan foydalanish zarur va shundagina narx-navo o'zgarishi hisobga olingan bo'ladi. Masalan, tadbirkor mahsulot ishlab chiqarishni bu yilga 100 mln so'm miqdorda rejalashtirgan bo'lsin. Bu reja o'tgan yil oxirida tuzilgani uchun mazkur summa o'tgan yilgi narxda hisoblangan bo'ladi. Bu yil davomida shu mahsulot narxi o'rtacha 10 foizga oshgan bo'lsa, narx indeksi 1,1 ni tashkil etadi. Demak, tadbirkorning bu yil ishlab chiqargan mahsuloti haqiqiy narxda 110 mln so'm bo'lsa, solishtirma narxda 100 mln so'm ($110/1,1=100$) bo'ladi. Bu hisob-kitoblarga asosan shunday xulosa qilish mumkin: tadbirkor bu yil rejalashtirilgan 100 mln so'm miqdorda mahsulot ishlab chiqargan bo'lib, undan yuqori 10 mln so'm esa tadbirkor mehnati evaziga emas, balki narx oshishi evaziga yuzaga kelgan. Ana shunday chuqur tahlil natijasida haqiqiy ahvol ravshan bo'ladi.

Mahsulot ishlab chiqarish va sotishni tahlil qilishda gorizontal, vertikal, omiliy tahlil usullari qo'llaniladi. Gorizontal tahlilda ishlab chiqarilgan (sotilgan) mahsulot hajmi rejalashtirilgan hajmi bilan taqqoslanib, ular o'rtasidagi mutlaq (kg, litr, metr, so'm) va nisbiy (foiz, indeks, koeffitsiyent) ko'rinishlarda ifoda etiladi. Haqiqatan, ishlab chiqarilgan mahsulot hajmining rejalashtirilgan hajmidan ko'pligi ishlab chiqarish (sotish)ning o'sishini, ozligi – pasayishini, tengligi esa barqarorligini bildiradi. Masalan, tadbirkor bu yil qandolat mahsulotlari ishlab chiqarishni, 10 t miqdorda rejalashtirgan holda haqiqatan 10 t ishlab chiqarsa uning ishlab chiqarishida o'zgarish bo'lmagan hisoblanadi. Haqiqatan ishlab chiqargan mahsuloti 10,5 t ni tashkil qilganda uning ishlab chiqarishi 5 foizga o'sgan, 9,5 t ni tashkil etganda 5 foizga pasaygan bo'ladi. Ana shunday tahlil asosida tadbirkor kelgusida ishlab chiqarishni rivojlantirish chora-tadbirlarini ko'rishi mumkin.

Vertikal tahlilda ishlab chiqarilgan mahsulotning assortiment va sifat strukturalarini aniqlash mumkin. Masalan, ishlab chiqarilgan (sotilgan) qandolat mahsulotlarining assortiment strukturasi quyidagicha: jami qandolat mahsulotlarining 40 foizini parvarda, 35 foizini karamel,

25 foizini navot tashkil qiladi. Navotning 75 foizi oliy nav va 25 foizi birinchi nav darajasida bo'lishi, uning sifati bo'yicha strukturasi bildiradi.

Trend tahlili yordamida mahsulot ishlab chiqarish (sotish) hajmi bir necha yil davomida qanday o'zgarгани aniqlanadi. Masalan, tadbirkor o'z faoliyatini boshlaganiga 4 yil bo'lgan va birinchi yilda 5 t, ikkinchi yilda 6,5 t, uchinchi yilda 8 t, to'rtinchi yilda 9,5 t qandolat mahsulotlari ishlab chiqargan. Demak, shu 4 yilda mahsulot ishlab chiqarish 90 foizga oshgan $[(9,5 \times 100):5-100]$ va o'rtacha yillik o'sish sur'ati 30 foiz bo'lgan.

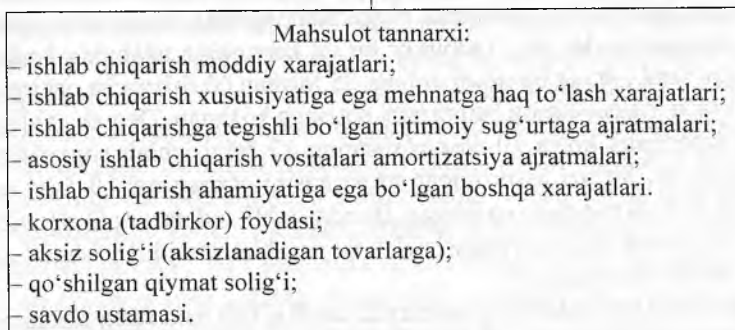
Omiliy tahlil baholanayotgan ko'rsatkichga turli omillar ta'sirini aniqlashdan iboratdir. Masalan, tadbirkor qandolat mahsulotlari ishlab chiqarishni 1 yilda 30 foizga oshirgan. Bunday o'sishga nima evaziga erishgan? Bu savolga omiliy tahlil javob beradi. Unga ko'ra bunday o'sish uchta asosiy sabab, omil evaziga yuz bergan. Ular ishlab chiqarishni kengaytirilishi, assortiment strukturasi o'zgarishi, talabning o'sishidir. Bu omillarning har biri o'sishga qanchalik ta'sir qilganini, ya'ni hissa qo'shganini aniqlash lozim. Tadbirkor bu yil qandolat mahsulotlariga talabning o'sishi va strukturasi o'zgarishini oldindan bilib, mahsulot ishlab chiqarishni 10 t dan 15 t ga yetkazgan. Lekin mahsulotning assortiment strukturasi o'zgartirilmaganda, uning hammasini sota olmagan bo'lar edi. Tadbirkor bu yil karamelga talabning keskin o'sishini sezib, uning hissasini oldingi 35 foizdan 60 foizgacha oshirgan va natijada mahsulotning hammasini sotishga erishgan. Demak, tahliliy hisob-kitoblarga ko'ra 30 foiz o'sishning 13 foizi ishlab chiqarishni kengaytirish, 8 foizi assortiment strukturasi o'zgartirish, 9 foizi talabning o'sishi evaziga yuz bergan. Bunday tahlil tadbirkorga kelgusida ishlarni yanada aniqroq rejalashtirish va yaxshiroq tashkil etishga yordam berishi shubhasizdir.

Tadbirkor mahsulotining tannarxini tahlil qilish ham katta ahamiyat kasb etadi. Bunday tahlilda mahsulot tannarxini tashkil qiluvchi xarajatlarning har bir turi amaldagi me'yorlar va asosiy raqiblarning shunday xarajatlari bilan taqqoslanib, farqlari mutlaq va nisbiy ko'rinishlarda aniqlanadi. Buning natijasida nisbatan ortiqcha sarf-xarajatlarni aniqlash va qisqartirish, mahsulot tannarxini pasaytirish imkoni tug'iladi. Mahsulot tannarxi esa uning raqobatbardoshligini belgilaydigan muhim asoslardan biridir. Mahsulot tannarxini shakllantiradigan asosiy sarf-xarajatlar quyidagilardan iborat:

- sarf qilingan xomashyo va materiallar qiymati;
- xarid qilingan buyumlar, yarim tayyor mahsulotlar, boshqa korxonalarining ishlab chiqarish tusidagi xizmatlari qiymati;
- texnologik maqsadlar uchun foydalaniladigan yoqilg‘i va energiya qiymati;
- ishlab chiqarishda band bo‘lgan xodimlar ish haqi;
- shu xodimlar bo‘yicha ijtimoiy sug‘urta ajratmalari;
- ishlab chiqarishda foydalanilgan asosiy vositalar va nomoddiy aktivlar amortizatsiya ajratmalari;
- umum ishlab chiqarish xarajatlari;
- boshqa ishlab chiqarish xarajatlari.

Tahlil “xarajatlar – ishlab chiqarish – natija” modeli bo‘yicha ishlab chiqarish, tannarx, foyda o‘rtasidagi funksional bog‘liqlikni aniqlashga yo‘nalgan bo‘lishi lozim. Bunday tahlil mahsulot ishlab chiqarish hajmi, assortimenti, xarajatlari va narxini o‘zaro bog‘lashning turli variantlarida shakllanadigan foydaning turli darajalarini hisoblab chiqishga imkon beradi. Mahsulot narxi va tannarxi tarkibi umumiy ko‘rinishda 16.3-chizmada aks ettirilgan.

Mahsulot narxi



6. 3- chizma. Mahsulot narxi va tannarxi tarkibi (umumiy ko‘rinishda)

Mahsulot raqobatbardoshligini tahlil qilishda asosan gorizonttal usul qo‘llaniladi. Bu tahlil tadbirkor mahsulotining raqobatbardoshlik ko‘rsatkichlarini asosiy raqiblar shunday mahsuloti tegishli ko‘rsatkichlari bilan taqqoslashga asoslanadi. Taqqoslash uchun mahsulot raqobatbardoshligining quyidagi ko‘rsatkichlari olinadi: mahsulot

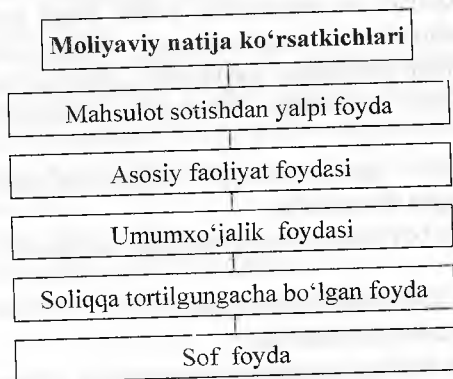
sifatining milliy yoki jahon standartlari va iste'molchilar talab – istaklariga mosligi, aniq ehtiyojni qondirish darajasi, mahsulot narxi, undan foydalanish xarajatlari va boshqalar. Qiyosiy tahlil yordamida tadbirkor mahsulotining raqobatda kuchli va zaif tomonlari aniqlanadi hamda uning raqobatbardoshligini ko'tarish chora-tadbirlari ko'riladi.

Shunday qilib, tahlil natijasida tadbirkor o'z ahvolini yaxshiroq aniqlab oladi va yanada samaraliroq ishlash yo'llarini izlaydi.

16. 4. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING MOLIVAVIY NATIJASI VA UNING KO'RSATKICHLARI

Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasi shu faoliyatdan ko'rilgan foyda yoki zarar hisoblanadi. Uni tahlil qilishdan maqsad ko'rilgan joyda (zarar) ning miqdori va darajasi, o'zgarishi va uning sabablarini aniqlab, foydani oshirish chora-tadbirlarini belgilashdan iborat.

Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasini aniqlash va baholash O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan 1999- yil 5- fevralda tasdiqlangan "Mahsulot (ishlar, xizmatlar) ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risida Nizom" asosida amalga oshiriladi. Mazkur Nizomga muvofiq tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasi foydaning quyidagi ko'rsatkichlari bilan tavsiflanadi (16. 4- chizmaga qarang).



16. 4- chizma. Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasi ko'rsatkichlari va ularni aniqlash bosqichlari.

1. Mahsulot sotishdan olingan yalpi foyda (Y_f):

$Y_f = Msst - Michtn$, bu yerda: $Msst$ – mahsulotning sotishdan tushgan sof tushum; $Michtn$ – mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi.

Mahsulot sotishdan tushgan sof tushum mahsulot sotishdan olingan yalpi tushumdan qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i va bojxona bojini chiqarib tashlash yo'li bilan aniqlanadi. Mahsulotni ishlab chiqarish tannarxi esa mahsulot tannarxiga kiritiladigan xarajatlar yig'indisi bo'lib hisoblanadi (16.3 chizmaga qarang).

2. Asosiy faoliyatdan ko'rilgan foyda (Aff):

$$Aff = Y_f - Dx + Afbd - Afbx.$$

Bu yerda: Dx – davr xarajatlari;

$Afbd$ – asosiy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar;

$Afbx$ – asosiy faoliyat boshqa xarajatlari va zararlari;

Davr xarajatlariga bevosita ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan xarajatlar kiradi: boshqaruv (ma'muriy) xarajatlari, mahsulotni sotish xarajatlari, umumxo'jalik ahamiyatiga ega bo'lgan boshqa xarajatlar (operatsion xarajatlar).

Asosiy faoliyatdan ko'rilgan boshqa daromadlarga quyidagilar kiradi:

– undirilgan yoki qarzdor tomonidan e'tirof etilgan jarimalar va penyalar, vaqtida to'lanmagan qarzlarni, yetkazilgan zararni undirish bo'yicha daromadlar;

– hisobot yilida aniqlangan o'tgan yillardagi foyda;

– ishlab chiqarish va mahsulotni sotish bilan bevosita bog'liq bo'lmagan operatsiyalardan renta daromadi, xo'jalik subyektlari huzuridagi oshxonalar tushumlar, yordamchi xizmatlardan daromadlar;

– asosiy vositalar va boshqa mol-mulkni sotishdan olingan daromadlar;

– da'vo muddati o'tgan kreditorlik va deponent qarzlarni hisobdan chiqarishdan olingan daromadlar;

– tovar-moddiy boyliklarni puxta baholash natijasida chiqqan farqiy daromad;

– xolisona moddiy-moliyaviy yordam;

– boshqa operatsion daromadlar.

Asosiy faoliyat boshqa xarajatlari va zaralariga to'langan jarimalar, penyalar, tovonlar va yo'qotishlar, ko'rilgan boshqa zararlar kiradi.

3. Xo'jalik faoliyatidan olingan umumiy foyda (umumxo'jalik foyda) – Uxf :

$$U_{xf} = A_{ff} + M_{fd} - M_{fx}.$$

Bu yerda: M_{fd} – moliyaviy faoliyatdan ko‘rilgan daromadlar;

M_{fx} – moliyaviy faoliyat xarajatlari.

Moliyaviy faoliyatdan ko‘rilgan daromadlarga quyidagilar kiradi:

– olingan royaltlar, sarmoya transferti;

– O‘zbekiston Respublikasi hududida va uning tashqarisida boshqa xo‘jalik subyektlari faoliyatida ulush qo‘shgan holda qatnashishdan olingan daromad, aksiyalar bo‘yicha dividendlar va obligatsiyalar hamda xo‘jalik subyektiga tegishli qimmatli qog‘ozlar bo‘yicha daromadlar;

– mol-mulkni uzoq muddatli ijaraga berishdan olingan daromadlar (lizing to‘lovini olish);

– valuta hisobvaraqlari, shuningdek, chet el valutalari operatsiyalari bo‘yicha ijobiy kurs tafovutlari;

– sarflangan (qimmatli qog‘ozlarga, sho‘ba korxonalariga va hokazolarga) mablag‘larni qayta baholashdan olingan daromadlar;

– moliyaviy faoliyatdan olingan boshqa daromadlar.

Moliyaviy faoliyat xarajatlariga yuqorida keltirilgan va ularga o‘xshash moliyaviy operatsiyalar bo‘yicha tadbirkor (korxonalar) tomonidan qilingan xarajatlar va to‘lovlar kiradi.

4. Soliqqa tortilguncha bo‘lgan foyda – Stf :

$$Stf = U_{xf} + Ff - Fz.$$

Bu yerda: Ff – favqulodda foyda;

Fz – favqulodda zarar.

Favqulodda foyda va zararlar – bu ko‘zda tutilmagan, tasodifiy tusga ega bo‘lgan hodisa yoki xo‘jalik subyektining odatdagi faoliyati doirasidan chetga chiqadigan operatsiyalar natijasida paydo bo‘ladigan kutilmagan foyda va zararlaridir.

5. Sof foyda – Sf :

$$Sf = Stf - F_{ss} - F_{bst}.$$

Bu yerda: F_{ss} – foyda solig‘i summasi;

F_{bst} – foydadan to‘lanadigan boshqa soliqlar va to‘lovlar.

16. 5. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING MOLIYAVIY HOLATINI BAHOLASH

Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy holatini tahlil qilish – moliyaviy ko'rsatkichlar asosida uning moliyaviy holati, barqarorligi, natijalari va to'lovga qodirligini aniqlash va kompleks baholashdir. Moliyaviy ko'rsatkichlar koeffitsiyent yoki foiz ko'rinishida ifodalangani. Asosiy moliyaviy ko'rsatkichlar, ularni hisoblash yo'llari va me'yoriy darajalari 16.1-jadvalda keltirilgan. Jadvalda shartli belgilar quyidagilarni ifoda etadilar:

A_1, A_2 – balans aktiv qismining 1 va 2 – bo'limi;

P_1, P_2 – balans passiv qismining 1 va 2 – bo'limi;

B_j – balans jami summasi;

Um_{qk} – uzoq muddatli qarzlari va kreditlar;

$Mo'dq$ – muddati o'tgan debitorlik qarzlari;

P_m – pul mablag'lari;

Qq – qimmatli qog'ozlar;

Sdq – sof debitorlik qarzlari;

$Qmkq$ – qisqa muddatli kreditorlik qarzlari;

Mst – mahsulot sotishdan tushum;

$Zo'q$ – zaxiralarning o'rtacha yillik qiymati;

Mtn – mahsulot tannarxi;

Msf – mahsulot sotishdan olingan foyda;

Sf – sof foyda;

$Amo'q$ – aylanma mablag'larning o'rtacha xronologik qoldiqlari.

Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy holatini tadbirkorning o'zi va uning mutaxassislari, korxonalar rahbari va mutaxassislari baholaydilar. Bunday baholashga tashqaridan maxsus yuqori malakali mutaxassislarni jalb qilish ham kengayib bormoqda. O'zbekistonda tadbirkorlik subyektlari (korxonalar) faoliyatini tahlil qilish va baholash bilan shug'ullanuvchi mutaxassislar – auditorlar va auditorlik firmalari shakllangan.

Auditorlik firmalari bozor infratuzilmasining muhim subyekti bo'lib, mulkdorlar va davlatning mulkiy manfaatlarini himoya qilish maqsadida mustaqil moliyaviy nazoratni amalga oshiradilar. Audit – xo'jalik subyektlari (tadbirkorlar) faoliyatini mustaqil ekspertiza qilish, moliyaviy hisobotini tahlil qilish va moliyaviy holatini baholash

demakdir. Auditning asosiy vazifasi – tadbirkor (korxon)ning moliyaviy va xo‘jalik operatsiyalarining to‘g‘ri amalga oshirilganligi, to‘lato‘kis va aniq rasmiylashtirilganligi, ularning O‘zbekiston Respublikasi me‘yoriy-huquqiy hujjatlari talablariga, buxgalteriya hisobini yuritish tamoyillariga muvofiqligini aniqlash hisoblanadi. Tadbirkorlar (korxonalar) ga auditorlik xizmatlarini auditorlik firmalari va auditorlar shartnoma asosida amalga oshiradilar. Auditorlik firmalari, shuningdek, menejment, marketing, huquq, hisob yuritish va boshqa sohalarda konsalting xizmatlari ham ko‘rsatadilar.

Tadbirkorlik (korxon) faoliyatining moliyaviy ko‘rsatkichlari va ularni hisoblash tartibi

16. 1- jadval

№	Ko‘rsatkichning nomi	Ko‘rsatkichning mohiyati	Ko‘rsatkichni hisoblash usuli	Ko‘rsatkichning me‘yori
1.	To‘lovga qobirlik koeffitsiyenti – Tqk	To‘lov imkoniyatlarini ko‘rsatadi	$Tqk = \frac{A_2 - Mo^2dq}{P_1 - Umqk}$	$Tqk > 2$
2.	Moliyaviy mustaqillik koeffitsiyenti – Mmk	Moliyaviy mustaqilligini ko‘rsatadi	$Mmk = \frac{P_1}{Bj}$	$Mmk > 0.5$
3.	O‘z aylanma mablag‘lari bilan ta‘minlanganlik koeffitsiyenti – O‘amt	Aylanma mablag‘lari bilan ta‘minlanganligini bildiradi	$O'amt = \frac{P_1 - A_1}{A_2}$	$O'amt > 0.1$
4.	O‘z mablag‘larining qarzga olgan mablag‘lariga nisbati – O‘qmn	O‘z mablag‘lari bilan qisqa muddatli qarzlarni qoplash qobiliyatini ko‘rsatadi	$O'qmn = \frac{P_1}{P_2 - Umqk}$	$O'qmn > 1$

5.	Zaxiralar va xarajatlarning o'z mablag'lari bilan ta'minlanganlik koeffitsiyenti – ZXo'mt	Zaxiralar va xarajatlarning o'z mablag'lari bilan ta'minlanganligini bildiradi	$ZXo'mt = \frac{A_2}{P_1 - A_1}$	$ZXo'mt < 1$
6.	Manyovrlilik (harakatchanlik) koeffitsiyenti – Mk	Moliyaviy ahvoli tavsiflaydi	$Mk = \frac{P_1 + Umqk - A_1}{P_1}$	$Mk > 2$
7.	Likvidlik koeffitsiyenti – Lk	Qisqa muddatli qarzlarni qoplash qobiliyatini ko'rsatadi	$Lk = \frac{P_m + Qq + Sdq}{Qmkq}$	$Lk > 1$
8.	Moliyaviy qaramlik koeffitsiyenti – Mqk	Tashqi manbalarga moliyaviy bog'liqligini ko'rsatadi (moliyaviy mustaqillikning aksi)	$Mqk = \frac{Bj}{P_1}$	$Mqk < 0,5$
9.	Aylanuvchanlik koeffitsiyenti – Ak	Aylanma mablag'larning aylanuvchanligini tavsiflaydi	$Ak = \frac{Mst}{Amo'q}$	$Ak > 0$
10.	Aktivlarning aylanish koeffitsiyenti – Aak	Aktivlarning aylanishini tavsiflaydi	$Aak = \frac{Mst}{A_1}$	$Aak > 0$
11.	Zaxiralarning aylanuvchanlik koeffitsiyenti – Zak	Ishlab chiqarish zaxiralarning aylanuvchanligini tavsiflaydi	$Zak = \frac{Mtn}{Zo'q}$	$Zak > 0$
12.	Sarmoyaning aylanuvchanlik koeffitsiyenti – Sak	Umumiy sarmoyaning aylanuvchanligini tavsiflaydi	$Sak = \frac{Mst}{Bj}$	$Sak > 0$
13.	Mahsulot sotish rentabelligi – Msr	Mahsulot ishlab chiqarishning foydalilik darajasini ko'rsatadi	$Msr = \frac{Msf}{Mst}$	$Msr > 0$

14.	Sarmoya rentabelligi – Sr	Umumiy sarmoyaning foydalilik darajasini ko'rsatadi	$Sr = \frac{Sf}{Bj}$	$Sr > 0$
15.	Aktivlar rentabelligi – Ar	Aktivlarning foydalilik darajasini ko'rsatadi	$Ar = \frac{Sf}{A_1}$	$Ar > 0$
16.	O'z sarmoyasi rentabelligi – O'sr	O'z sarmoyasining foydalilik darajasini ko'rsatadi	$O'sr = \frac{Sf}{P_1}$	$O'sr > 0$
17.	Xarajatlar rentabelligi (samaradorlik) – Xr	Xarajatlar samaradorligini ko'rsatadi	$Xr = \frac{Sf}{X}$	$Xr > 0$

Shunday qilib, tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy holati yuqorida keltirilgan ko'rsatkichlar, ularning darajasi va me'yori asosida baholalanadi. Mazkur ko'rsatkichlar darajasining belgilangan me'yoriga nisbatan holati va o'zgarishiga qarab moliyaviy holatining yaxshilanib yoki yomonlashib borayotganligi to'g'risida xulosa qilish mumkin va shunga muvofiq harakat qilish kerak bo'ladi.

QISQACHA XULOSALAR

O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga muvofiq tadbirkorlikda ham buxgalteriya hisobi yuritiladi va moliyaviy hisobot tuziladi. Buxgalteriya hisobi tadbirkorlik faoliyatining hamma tomonlarini yoppasiga, uzluksiz, asoslangan holda aks ettirish tizimi bo'lib, uni tashkil etish va olib borish tartibi "Buxgalteriya hisobi to'g'risida"gi Qonunda belgilangan. Kichik tadbirkorlik subyektlari buxgalteriya hisobi yuritish va hisobot tayyorlashning soddalashtirilgan tizimini qo'llaydilar. Buxgalteriya hisobining asosiy maqsadi rahbariyatni kerakli moliyaviy axborot bilan ta'minlash hisoblanadi. Yuridik shaxs bo'lgan tadbirkorlik subyektlari belgilangan tartibda buxgalteriya ba-

lansi, moliyaviy natijalar, xususiy sarmoya, asosiy sarmoya harakati va pul oqimlari to'g'risida hisobotlarni o'z ichiga oladigan moliyaviy hisobot tuzadilar va uning bir nusxasini soliq organiga taqdim etadilar.

Tadbirkorlikda iqtisodiy tahlil muhim rol o'ynaydi. Uning asosiy maqsadi qo'yilgan vazifalarning bajarilishini, belgilangan ko'rsatkichlarga erishish darajasini aniqlash va baholash, ulardan chetlanishlar miqdori va sabablarini, ishlarni yaxshilash yo'llarini aniqlash hisoblanadi. U moliyaviy va boshqaruv tahlili, operativ va davriy, statistik ko'rinishlarda moliyaviy-xo'jalik hisobotlarni o'rganish, gorizontal tahlil, vertikal tahlil, trend tahlili, omiliy tahlil, moliyaviy koefitsiyentlar tahlili usullari yordamida amalga oshiriladi. Tadbirkorlikda mahsulot ishlab chiqarish va uni sotish, ishlab chiqarish xarajatlari va mahsulot tannarxi, faoliyat daromadi, foydasi, rentabelligi, samaradorligi muntazam ravishda tahlil qilib borilishi lozim.

Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasi foyda yoki zarar bo'lib, uning miqdori va darajasi, o'zgarishi va bu o'zgarish sabablari tahlil qilinadi hamda foydani oshirish chora-tadbirlari ko'riladi.

O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga muvofiq foydaning bir qator ko'rsatkichlari aniqlanishi va baholanishi kerak: mahsulot sotishdan olingan yalpi foyda, asosiy faoliyat foydasi, umumxo'jalik foydasi, soliqqa tortilgungacha bo'lgan foyda va sof foyda.

Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy holatini tahlil qilish yordamida moliyaviy ko'rsatkichlar tizimi asosida uning umumiy moliyaviy holati, moliyaviy barqarorligi va to'lovga qodirligi aniqlanadi va kompleks baholanadi. Bunda mazkur ko'rsatkichlarning haqiqiy darajasi har bir ko'rsatkich uchun belgilangan me'yor bilan qiyosiy darajasi va yuz bergan o'zgarishlar aniqlanadi va shu tahlil natijalari asosida faoliyat moliyaviy holatini yaxshilash chora-tadbirlari ko'riladi.

NAZORAT VA MUHOKAMA UCHUN SAVOLLAR:

1. Tadbirkorlikda buxgalteriya hisobi va uni yuritish tartibi.
2. Tadbirkorlikda moliyaviy hisobot va uning tarkibi.
3. Tadbirkorlikda statistika hisoboti va uning xususiyatlari.
4. Iqtisodiy tahlilning mohiyati va yo'nalishlari.
5. Iqtisodiy tahlilning maqsadi va turlari.

6. Iqtisodiy tahlil usullari.
7. Tadbirkorlikda mahsulot sotishni tahlil qilish.
8. Tadbirkorlikda mahsulot ishlab chiqarishni tahlil qilish.
9. Tadbirkorlikda ishlab chiqarish xarajatlari va mahsulot tannarxini tahlil qilish.
10. Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasi va uning ko'rsatkichlari.
11. Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasini baholash.
12. Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy ko'rsatkichlari.
13. Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy holatini baholash.

TEST TOPSHIRIQLARI

1. Buxgalteriya hisobi yuritishlari kerak:

A) barcha tadbirkorlar; B) yakka tadbirkorlar; D) yakka va xususiy tadbirkorlar; E) ishlab chiqarish bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlar; F) yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan tadbirkorlik subyektlari.

2. Moliyaviy hisobot topshirishlari kerak:

A) barcha tadbirkorlar; B) fermer va dehqon xo'jaliklari; D) yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan tadbirkorlik subyektlari; E) yakka tadbirkorlar va xususiy korxonalar; F) yakka tadbirkorlar va kichik korxonalar.

3. Statistika hisobotlari topshirishlari kerak:

A) yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan tadbirkorlik subyektlari; B) yakka tadbirkorlar va xususiy korxonalar; D) yakka tadbirkorlar va mikrofirmalardan tashqari barcha tadbirkorlik subyektlari; E) kichik tadbirkorlik subyektlaridan tashqari barcha tadbirkorlik subyektlari; F) barcha tadbirkorlik subyektlari.

4. Moliyaviy hisobotga kiradi:

A) buxgalteriya balansi; B) moliyaviy natijalar to'g'risida hisobot; D) xususiy sarmoya to'g'risida hisobot; E) pul oqimlari to'g'risida hisobot; F) barcha javoblar to'g'ri.

5. Moliyaviy hisobot kimga topshiriladi?

A) hokimiyatga va soliq inspeksiyasiga; B) ro'yxatga olish inspeksiyasiga;

D) soliq inspeksiyasiga; E) statsitika organiga va soliq inspeksiyasiga; F) barcha javoblar to'g'ri.

6. Statistika hisobotiga kiradi:

A) statistika hisoboti shakllari; B) soliq hisob-kitoblari; D) pul oqimlari to'g'risida hisobot; E) ishlab chiqarish hisoboti; F) barcha javoblar to'g'ri.

7. Statistika hisoboti kimga topshiriladi?

A) statistika organiga va soliq inspeksiyasiga; B) soliq inspeksiyasiga; D) soliq inspeksiyasiga va hokimiyatga; E) statistika organiga; F) statistika organiga, soliq inspeksiyasiga, hokimiyatga.

8. Buxgalteriya axborotining afzalligi:

A) aniqligi; B) to'liqligi; D) haqqoniyligi; E) asoslanganligi; F) barcha javoblar to'g'ri.

9. Statistika axborotining afzalligi va kamchiligi:

A) to'liqligi va bamavridligi; B) to'liqligi va ehtimolligi; D) xatosizligi va haqqoniyligi; E) aniqligi va haqqoniyligi; F) uzluksizligi va haqqoniyligi.

10. Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasi:

A) foyda; B) zarar; D) yalpi foyda; E) yalpi zarar; F) barcha javoblar to'g'ri.

11. Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasi:

A) yalpi tushum; B) yalpi daromad; D) yalpi foyda; E) yalpi aylanma; E) barcha javoblar to'g'ri.

12. Ishlab chiqarish korxonasi moliyaviy natijasi:

A) yalpi daromad; B) yalpi foyda; D) mahsulot sotishdan yalpi tushum; E) mahsulot sotish hajmi; F) mahsulot ishlab chiqarish hajmi.

13. Fermer xo'jaligining moliyaviy natijasi:

A) sof foyda; B) yalpi foyda; D) umumiy foyda; E) zararlar; F) barcha javoblar to'g'ri.

14. Tadbirkorning to'lovga qodirligi nima?

A) boshqalarga qarz berish qobiliyati; B) birinchi navbatdagi qarzlarni va

to'lovlarni uzish qobiliyati; D) ko'p qarzidor bo'lmashligi; E) qarz olmasligi; F) barcha javoblar to'g'ri.

15. Tadbirkorning moliyaviy mustaqilligi qanday aniqlanadi?

A) o'z mablag'larining jami mablag'lariga nisbati; B) jami mablag'larning o'z mablag'lariga nisbati; D) o'z mablag'lari bilan jalb qilingan mablag'lar yig'indisi; E) o'z mablag'larining qarzga olgan mablag'lariga nisbati; F) qarzga olgan mablag'larning o'z mablag'lariga nisbati.

16. Tadbirkorning moliyaviy qaramlik koeffitsiyenti – bu...

A) o'z mablag'lari bilan qarzga olgan mablag'lar yig'indisi; B) o'z mablag'larining qarzga olgan mablag'larga nisbati; D) qarzga olgan mablag'larning o'z mablag'lariga nisbati; E) o'z mablag'larining jami mablag'lariga nisbati; F) jami mablag'larining o'z mablag'lariga nisbati.

17. Tadbirkorlikda mahsulot ishlab chiqarish rentabelligi qanday aniqlanadi?

A) foydaning ishlab chiqarishga nisbati; B) foydaning ishlab chiqarish hajmiga nisbati; D) foydaning ishlab chiqarilgan mahsulot qiymatiga nisbati; E) foydaning ishlab chiqarish xarajatlariga nisbati; F) barcha javoblar to'g'ri.

18. Tadbirkorlikda mahsulot sotish rentabelligi nimani bildiradi?

A) mahsulot ishlab chiqarishning foydalilik darajasini; B) mahsulot sotishning foydalilik darajasini; D) mahsulot ishlab chiqarishning chiqimlilik darajasini; E) mahsulot sotish xarajatlari darajasini; F) mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari darajasini.

19. Tadbirkorlik sarmoyasi rentabelligi qanday aniqlanadi?

A) sarmoya qiymatining ishlab chiqarish hajmiga nisbati; B) sarmoya qiymatining sotish hajmiga nisbati; D) sarmoya qiymatining foydaga nisbati; E) foydaning sarmoya qiymatiga nisbati; F) foydaning o'z sarmoyasi qiymatiga nisbati.

20. Tadbirkorlikda xarajatlar rentabelligi – bu...

A) foydaning xarajatlarga nisbati; B) foydaning mahsulot tannarxiga nisbati; D) mahsulot tannarxining foydaga nisbati; E) xarajatlarning foydaga nisbati; F) to'g'ri javob yo'q.

21. Tadbirkorlik faoliyati samaradorligi ko'rsatkichi:

A) xarajatlar birligiga to'g'ri keladigan foyda; B) sarmoya birligiga to'g'ri keladigan foyda; D) ishlab chiqarilgan mahsulot birligiga to'g'ri keladigan foyda; E) sotilgan mahsulot birligiga to'g'ri keladigan foyda; F) barcha javoblar to'g'ri.

22. Tadbirkorlik sarmoyasining aylanuvchanlik koeffitsiyenti:

A) sarmoya qiymatining mahsulot sotishdan tushgan tushumga nisbati; B) sarmoya qiymatining ishlab chiqarilgan mahsulot qiymatiga nisbati; D) mahsulot sotishdan tushgan tushumning sarmoya qiymatiga nisbati; E) ishlab chiqarilgan mahsulot qiymatining sarmoya qiymatiga nisbati; F) to'g'ri javob yo'q.

23. Tadbirkorlik faoliyati samaradorligining o'sishi nimada namoyon bo'ladi?

A) mahsulot hajmining o'sishi; B) ishlab chiqarish hajmining o'sishi; D) xarajatlarning o'sishi; E) xarajatlar birligiga to'g'ri keladigan foydaning o'sishi; F) foyda birligiga to'g'ri keladigan xarajatlarning o'sishi.

TAYANCH IBORALAR IZOHLI LUG'ATI

Boshqaruv tahlili – tadbirkorlik faoliyatini boshqarish jarayonlari va samaradorligini aniqlash va baholash.

Buxgalteriya balansi – tadbirkorlik subyekti mablag'larining ma'lum sanadagi shakllanish manbalari va joylashtirilishini muvozanat ko'rinishida aks ettiruvchi buxgalteriya hujjati.

Buxgalteriya hisobi – tadbirkorlik faoliyatining barcha jarayonlari, xo'jalik operatsiyalari, mablag'lari va ularning holati hamda harakatini yoppasiga, uzluksiz, asoslangan holda hisobga olish va tegishli buxgalteriya hujjatlarida aks ettirish.

Davriy tahlil – ma'lum davr o'tgach shu davrda amalga oshirilgan tadbirkorlik faoliyatini baholash.

Gorizontal tahlil – tadbirkorlik faoliyati asosiy ko'rsatkichlarini belgilangan reja yoki boshqa tadbirkorning shunga o'xshash faoliyati ko'rsatkichlari bilan taqqoslab baholash usuli.

Iqtisodiy tahlil – qo'yilgan vazifalarning bajarilishi, belgilangan ko'rsatkichlarga erishish darajasi, ulardan chetlanishlar miqdori va sabablarini aniqlash va baholash.

Kompleks tahlil – turli usullarni qo'llab, tadbirkorlik faoliyatining barcha tomonlarini o'rganish va baholash.

Moliyaviy hisobot – tadbirkorlik faoliyatining ma'lum o'tgan davrdagi moliyaviy ahvoli to'g'risidagi ma'lumotlar to'plami bo'lib, ular maxsus buxgalteriya hujjatlarida aks ettiriladi.

Moliyaviy koeffitsiyentlar tahlili – tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy ko'rsatkichlari o'rtasidagi nisbatlarni aniqlash va baholash.

Moliyaviy tahlil – tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy ko'rsatkichlari va ular yordamida moliyaviy ahvolini o'rganish va baholash.

Omiliy tahlil – tadbirkorlik faoliyatining asosiy iqtisodiy-moliyaviy ko'rsatkichlariga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash va ularning ta'sirini baholash usuli.

Operativ tahlil – ishning borishini har kuni har bir ish joyi va uchastka bo'yicha tezkorlik bilan aniqlash va baholash.

Statistik hisobot – tadbirkorlik faoliyatining ma'lum o'tgan davrdagi statistik ma'lumotlari aks ettirilgan maxsus statistik hisobot shakli.

Strategik tahlil – tadbirkorlik faoliyatida qo'yilgan strategik maqsadga erishish darajasini baholash.

Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy barqarorligi – tadbirkorlik sub'yektining moliyaviy resurslarga zarur darajada ega bo'lib, o'z faoliyati natijasida barqaror foyda olib borish holati.

Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasi – tadbirkorlik faoliyati natijasida olinadigan foyda yoki ko'riladigan zarar.

Tadbirkorlik sub'yektining moliyaviy mustaqilligi – tadbirkorlik sub'yektining faoliyatini to'liq mustaqil yurita oladigan darajada o'z moliyaviy resurslari bilan ta'minlanishi.

Tadbirkorlik sub'yektining to'lovga qodirligi – tadbirkorlik sub'yektining, birinchi navbatda to'lanishi zarur bo'lgan qarzlarini o'z vaqtida to'lay olish qobiliyati.

Trend tahlili – tadbirkorlik faoliyati asosiy ko'rsatkichlarining bir necha yillar (oylar) davomida o'zgarish yo'nalishi va xarakterini (tendensiyasini) aniqlash va baholash usuli.

Vertikal tahlil – tadbirkorlik faoliyati va uning yakuniy (umumiy) ko'rsatkichlarining alohida tarkibiy qismlarining salmog'i (hissasi, ulushi)ni aniqlash va baholash usuli.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. 1992.
2. O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi. 1998.
3. O'zbekiston Respublikasining Soliq kodeksi. 1987.
4. O'zbekiston Respublikasining Bojxona kodeksi. 1997.
5. O'zbekiston Respublikasining Yer kodeksi. 1997.
6. Me'yoriy-huquqiy hujjatlar to'g'risida. O'R qonuni, 1999.
7. Tadbirkorlik faoliyatini erkinligining kafolatlari to'g'risida. O'R qonuni, 2000 yil 25 may.
8. Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish to'g'risida. O'R qonuni, 1995- yil 21- dekabr.
9. Fermer xo'jaligi to'g'risida. O'R qonuni, 1998- yil 30- aprel.
10. Dehqon xo'jaligi to'g'risida. O'R qonuni, 1998- yil 30- aprel.
11. Qishloq xo'jaligi kooperativi (shirkat xo'jaligi) to'g'risida. O'R qonuni, 1998- yil 30- aprel.
12. Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlar huquqlarini himoya qilish to'g'risida. O'R qonuni, 1998- yil may oyi.
13. Xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyatining shartnomaviy-huquqiy bazasi to'g'risida. O'R qonuni, 1998- yil 29- avgust.
14. Investitsiya faoliyati to'g'risida. O'R qonuni, 2000- yil 24- dekabr.
15. Lizing to'g'risida. O'R qonuni, 1999- yil 14- aprel.
16. Faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash to'g'risida. O'R qonuni, 2000- yil 25- may.
17. Mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlari to'g'risida. O'R qonuni, 2001- yil 6- dekabr.
18. Xususiy korxonalar to'g'risida. O'R qonuni, 2003- yil 11- dekabr.
19. O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi to'g'risida. O'R qonuni, 2004- yil 3- dekabr.
20. Karimov I. A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari. – T.: O'zbekiston, 2009.
21. Karimov I. A. O'zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida. – T.: O'zbekiston, 1995.
22. Karimov I. A. O'zbekiston: bozor munosabatlariga o'tishning o'ziga xos yo'li. – T.: O'zbekiston, 1996.
23. Karimov I. A. O'zbekiston XXI asrga intilmoqda. T., O'zbekiston, 1999.
24. Karimov I. A. Mamlakatimizni modernizatsiya qilish va yangilashni izchil davom ettirish – davr talabi. Xalq so'zi, 2009- yil 14- fevral.
25. Karimov I. A. Inson manfaatlarini ustuvorligini ta'minlash – barcha islohot va o'zgarishlarimizning bosh maqsadidir. Xalq so'zi, 2009 yil 9 fevral.

26. Karimov I. A. Yangilanish va barqaror taraqqiyot yo'lidan yanada izchil harakat qilish, xalqimiz uchun farovon turmush sharoiti yaratish-asosiy vazifamizdir. Xalq so'zi, 2007- yil 13- fevral.
27. Karimov I. A. El-yurt tashvishi bilan yashash, odamlarning orzu-intilishlariga qanot berish – har bir rahbarning burchi. Xalq so'zi, 2006- yil 20-oktabr.
28. Karimov I. A. Erishilgan yutuqlarni mustahkamlab, yangi marralar sari izchil harakat qilishimiz lozim. Xalq so'zi, 2006- yil 11- fevral.
29. Karimov I. A. Bizning bosh maqsadimiz-jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir. Xalq so'zi, 2005- yil 19- yanvar.
30. Tadbirkorlik faoliyatini yanada qullab-quvvatlash va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'zbekiston Respublikanung qarori, 2009- yil 15-may.
31. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash Davlat dasturi. 1995- yil 28- avgust.
32. Xususiy tadbirkorlik va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash jamg'armasi (Biznes-fond)ni tuzish to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 1995- yil 26-iyul.
33. Kichik va o'rta tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 1997- yil 31- yanvar.
34. Xususiy tadbirkorlik, kichik va o'rta biznesni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 1998- yil 9- aprel.
35. Dehqon va fermer xo'jaliklarini qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tuzish to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 1999- yil.
36. O'zbekiston iqtisodiyotida xususiy sektorning ulushi va ahamiyatini tubdan oshirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 2003- yil.
37. Kichik tadbirkorlik subyektlarini moliyaviy qo'llab-quvvatlash mexanizmini takomillashtirishga doir chora-tadbirlar to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 2003- yil 23- dekabr.
38. O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasini tashkil etish to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 2004- yil 7- iyul.
39. Qishloq xo'jaligida islohotlarni amalga oshirishga qaratilgan qonunlar ijrosini ta'minlashga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 2004- yil 11- mart.
40. To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb etishni rag'batlantirish borasida qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 2005- yil 11- aprel.

41. Tadbirkorlik subyektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 2005-yil 14- iyun.
42. Bozor islohotlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish sohasidagi ustivor yo'nalishlar amalga oshirilishini jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 2005- yil 14- iyun.
43. Mikrofirma va kichik korxonalarni rivojlantirishni rag'batlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 2005- yil 20- iyun.
44. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va noqonuniy talab etganlik uchun javobgarlikini kuchaytirish to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 2005- yil 15- iyun.
45. Yirik sanoat korxonalari bilan kasanachilikni rivojlantirish asosidagi ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish o'rtasida kooperatsiyani kengaytirishni rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 2005- yil 5- yanvar.
46. 2006 – 2010 yillarda O'zbekiston Respublikasida servis va xizmat ko'rsatish sohalarini rivojlanishini jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'R Prezidentining qarori. 2006- yil 17- aprel.
47. Tadbirkorlik subyektlarini tekshirishni yanada qisqartirish va uning tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'R Prezidentining farmoni, 2005 yil 5 oktabr.
48. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasini tashkil etish to'g'risida. O'R Prezidentining qarori, 2005- yil 2- may.
49. Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olish va hisobga qo'yishning xabardor qilish tartibini joriy etish to'g'risida. O'R Prezidentining qarori. 2006- yil 24- may.
50. Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish muvofiqlashtirish Respublika kengashini tuzish to'g'risida. O'R VM qarori, 1997- yil 28- fevral.
51. Tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslardan soliqlar va yig'implarni undirishni tartibga solish to'g'risida. O'R VM qarori, 1997- yil 23- oktabr.
52. Kichik va o'rta tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish mexanizmini takomillashtirish to'g'risida. O'R VM qarori, 1998- yil 27- may.
53. Bozorlar faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to'g'risida. O'R VM qarori, 2000- yil 12- avgust.
54. Qishloq xo'jaligi korxonalarini fermer xo'jaliklariga aylantirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'R VM qarori, 2002- yil 5- yanvar.

55. Jismoniy shaxslar tomonidan O'zbekiston Respublikasi hududiga tovarlarni olib kelinishini tartibga solish to'g'risida. O'R VM qarori, 2002- yil may.
56. Qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishida shartnomaviy munosabatlarni takomillashtirish va majburiyatlar bajarilishi uchun tomonlarning javobgarligini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida. O'RVM qarori, 2003- yil 4- sentabr.
57. Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi jismoniy shaxslarni ro'yxatdan o'tkazishni tartibga solish chora-tadbirlari to'g'risida. O'R VM qarori, 2004- yil 12- avgust.
58. Tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib keluvchi yuridik shaxs bo'lmagan yakka tartibdagi tadbirkorlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va import operatsiyalari subyektlarining hisobga olish kartalarini berish tartibi to'g'risida. O'R VM qarori. 2004- yil 2- sentabr.
59. O'zbekiston Savdo-sanoat palatasi faoliyatini tashkil etishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida. O'R VM qarori, 2004- yil 22- sentabr.
60. Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish uchun ro'yxatdan o'tkazish tartibotlari tizimini tubdan takomillashtirish to'g'risida. O'R VM qarori, 2003- yil 20- avgust.
61. Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olish va hisobga qo'yishning xabardor qilish tartibi to'g'risida Nizom. 2006- yil 24- may.
62. O'zbekiston Respublikasida xususiy tadbirkorlik to'g'risida Nizom. 1995- yil 15- sentyabr.
63. Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish, hisobga qo'yish va ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi to'g'risida Nizom. 2003- yil 20- avgust.
64. Aksiyadorlik-tijorat Tadbirkorbankning kredit liniyalari hisobidan tijorat banklari tomonidan kichik biznes subyektlariga dastlabki (boshlang'ich) sarmoyani shakllantirishga kredit berish hamda lizing kompaniyalari tomonidan lizingni amalga oshirish tartibi to'g'risida Nizom. 2004- yil 13- mart.
65. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasi to'g'risida Nizom. 2005- yil 2- may.
66. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish, raqobat va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat qo'mitasining hududiy organlari to'g'risida Nizom. 2005- yil 7- iyun.
67. Tijorat banklari tomonidan fermer xo'jaliklarini, shuningdek, kichik va o'rta biznes subyektlarini milliy valutada kreditlash tartibi. 2000- yil 4- mart.
68. O'z faoliyatini yuridik shaxsni tashkil etmasdan amalga oshiruvchi xususiy tadbirkorlar va dehqon xo'jaliklarini mikrokreditlash tartibi. 2000- yil 22- fevral.

69. O'z faoliyatini yuridik shaxsni tashkil etgan holda amalga oshiruvchi fermer xo'jaliklari, kichik biznes boshqa subyektlarini mikrokreditlash tartibi. 2000- yil 22- fevral.

70. Mahsulot (ishlar, xizmatlar) ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi va moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risida Nizom. 1999- yil 5- fevral.

71. Abdukarimov B. A. va boshqalar. Korxonalar iqtisodiyoti. T., Fan, 2005.

72. Abdukarimov B. A. va boshqalar. Korxonaning iqtisodiy salohiyati tahlili. – T.: "Iqtisodiyot va huquq dunyosi", 2003.

73. Abdullayev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik. 100 savol va 100 javob. – T.: Mehnat, 2000.

74. Abdullayev Yo. va boshqalar. Kichik va o'rta biznes. – T.: 2004.

75. Akromov E. A. Korxonalarning moliyaviy holati tahlili. – T.: Moliya, 2003.

76. Aksiyadorlik jamiyatlarida buxgalteriya hisobining xususiyatlari. T. Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 1998.

77. Ahmedov D.K. va boshqalar. Makroiqtisodiyot. T. Adabiyot jamg'armasi, 2004.

78. G'ulomov S. S. Tadbirkorlik va kichik biznes. – T.: Sharq, 2002.

79. G'ulomov S. S. Menejment asoslari. – T.: TDIU, 1998.

80. Ibrohimov R. G'. Marketing. – T.: Sharq, 2002.

81. Jiznin S., Krupnov V. Qanday qilib biznesmen bo'lish mumkin? – T.: O'qituvchi, 1992.

82. Kichik va o'rta biznes: tashkil etish, rejalashtirish, boshqarish. Kasbhunar kollejlari uchun o'quv qo'llanma. – T.: O'qituvchi, 2004.

83. Kretov S. M. Tadbirkorlik mohiyati va istiqbollari. – T.; O'zbekiston, 2002.

84. Maqsudov F. N. Tanishib: biznes. T., Mehnat, 1992.

85. Mahmudov E. X. Korxonalar iqtisodiyoti. – T.: Adabiyot jamg'armasi, 2004.

86. Menejment va biznes asoslari. – T.: Mehnat, 1997.

87. Mirsaidov M. S. Tadbirkorlik va kichik biznes. – T.: Sharq, 2002.

88. Muhammedov M. M. va boshqalar. Tadbirkorlik iqtisodiyotining asoslari. O'quv qo'llanma. Samarqand, 1998.

89. Navro'zoda B. N. Marketing majmuasi. Buxoro, BDU, 2003.

90. Nasriddinova M. A., Ahmedov O. M. Biznes strategiyasi. – T.: Sharq, 1996.

91. Nosirov P., Abdullayeva Sh. Marketing – bozor iqtisodiyoti asosi. T., Mehnat, 1994.

92. Pardayev M. Q., Isroilov B. I. Moliyaviy tahlil. – T.: Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 1999.

93. Pardayev M.Q. va boshqalar. Iqtisodiy tahlil. T., Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 2004.
94. Saidov S. O. va boshqalar. Iqtisodiyot va tadbirkorlik asoslari. – T.: Fan, 2002.
95. Sariqov E., Mamatov M. Iqtisodiyot va biznes asoslari. O‘quv qo‘llanma. – T.: Sharq, 1997.
96. Sindarov K., Jumanamozov I. Tadbirkorlik subyektlarini tekshirishning huquqiy asoslari. T., Yangi asr avlodi, 2006.
97. Soliyev A., Usmonov A. Marketing. O‘quv qo‘llanma. – T.: O‘qituvchi, 1997.
98. Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish asoslari. – T.: Savdo-sanoat palatasi, 2005.
99. Usmonov S. N., Dadaboev Yu. F. Tadbirkorlik asoslari. – Farg‘ona, 2000.
100. O‘lmasov A., Vahobov A. Iqtisodiyot nazariyasi. – T.: Sharq, 2006.
101. O‘zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to‘g‘risidagi qonun hujjatlari: me‘yoriy hujjatlar to‘plami. 1- kitob. (Tuzuvchi S. P. Sizikov). – T.: Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 1999.
102. Yo‘ldoshev S. Sh. Buxgalteriya hisobining batafsil moduli. – T. Iqtisodiyot va huquq dunyosi, 1998.
103. Xo‘jayev E. N. va boshqalar. Tadbirkorlik va biznes asoslari. – Samarqand: Zarafshon, 1994.
104. Chjen V. A. va boshqalar. Bozor qonuniyati asoslari. T., Sharq, 1996.
105. Egamberdiyev E., Xo‘jaqulov X. Kichik biznes va tadbirkorlik. – T.: Ma‘naviyat, 2003.
106. Qosimova M.S. va boshqalar. Tadbirkorlik asoslari. Namunaviy o‘quv dasturi. – T.: TDIU, 2006.
107. Qosimova M. S. va boshqalar. O‘zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik: rivojlantirish, muammolar va yechimlar (o‘quv qo‘llanma). – T.: TDIU, 2007.
108. Hamroyev H. R. Tadbirkorlik asoslari. O‘quv-uslubiy majmuasi. Vuxoro, BDU, 2007.
109. Азбука бизнеса. Как составить бизнес – план торговой организации. – М.: 1997.
110. Андрианов А. И. Предпринимательская деятельность в современных условиях. М., Институт Минтруда. 1993.
111. Акио Морита. Сделано в Японии. М., Знание, 1991.
112. Бекмуродов А. Маркетинг: основы современного бизнеса. – Т.: Мехнат, 1992.
113. Жизнин С., Крупнов В. Как стать предпринимателем. – М.: Новости, 1990.

114. Бусигин А.В. Предпринимательство. Основной курс. Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М 1997.
115. Как работают японские предприятия. – М.: Экономика, 1989.
116. Коно Т. Структура и стратегия японских предприятий – М.: Прогресс 1997.
117. Основы предпринимательской деятельности: экономическая теория, маркетинг, финансовый менеджмент (Под ред. В. М. Власов). – М.: Финансы и статистика, 1997.
118. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес. Под руководством и ред. д.е.н. проф. Осипова М. М. – М.: МГУ., 1992.
119. Пол Хокен. Я начинаю своё дело. Пер. с англ. – М.: Текст, 1992.
120. Предпринимательство в конце XX века. – М.: Наука. 1997.
121. Райсберг.Б. А. Предпринимательство и риск. – М.: Знание, 1992.
122. Роберт Хизрич, Майкл Питерс. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха. – М.: Прогресс-Универс. 1991.
123. Современный бизнес. Учеб. В 2 т. Пер.с англ. (Д.Дж.Ричман и др.) – М.: Республика, 1995.
124. Татевоси Квадзума. Вечный дух предпринимательства: практическая философия бизнеса. М., Международные отношения. 1990.
125. Уткин. Е. А. Кочеткова А. И. Бизнес – план. Как развернуть собственное дело. – М.: Акалис., 1996.
126. Чжен и др. Законодательные основы рынка. – Т.: Шарк, 1996.
127. Экономическая стратегия фирмы. (А.П.Градов и др. Под ред проф. Градова А. П.). Санкт-Петербург, Специальная литература, 1995.
128. Энциклопедический словарь предпринимателя. – М.: АЯКС, 1997.

MUNDARIJA

O'QUV QO'LLANMANING XUSUSIYATLARI TO'G'RSIDA.....	3
KIRISH.....	5

I BOB. TADBIRKORLIK ASOSLARI FANI OBYEKTI, PREDMETI, VAZIFALARI

1. 1. Tadbirkorlik – mustaqil fan obyekti sifatida.....	7
1. 2. Tadbirkorlik asoslari fani predmeti va vazifalari.....	9

II BOB. TADBIRKORLIKNING NAZARIY ASOSLARI

2. 1. “Tadbirkorlik” tushunchasi va uning evolutsiyasi.....	16
2. 2. Tadbirkorlik asosiy belgilari va tamoyillari.....	21
2. 3. Tadbirkorlik va tavakkalchilik.....	26
2. 4. Tadbirkorlikning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati.....	32

III BOB. O'ZBEKISTONNING IJTIMOY-IQTISODIY TARAQQIYOTIDA TADBIRKORLIK

3. 1. O'zbekistonda tadbirkorlikning rivojlanish asoslari va xususiyatlari.....	42
3. 2. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida mamalakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida tadbirkorlikning o'rni va roli.....	48

IV BOB. TADBIRKORLIKNING G'OYAVIY-FALSAFIY ASOSLARI

4. 1. Tadbirkorlik g'oyasi, uni shakllantirish va amalga oshirish.....	56
4. 2. Tadbirkorlik falsafasi, uning ahamiyati va shakllantirilishi.....	59
4. 3. Tadbirkorlik strategiyasi, uni aniqlash va amalga oshirish.....	65

V BOB. O'ZBEKISTONDA TADBIRKORLIKNING HUQUQIY VA SHARTNOMAVIY ASOSLARI

5. 1. O'zbekistonda tadbirkorlikning huquqiy asoslari, ularning shakllanishi va rivojlanishi.....	74
5. 2. Tadbirkorlik subyektlarining maqomi, huquqlari va majburiyatlari.....	77
5. 3. Tadbirkorlikda xo'jalik shartnomalari.....	81

VI BOB. O'ZBEKISTONDA TADBIRKORLIK MUHITI

6. 1. Tadbirkorlik muhitining mohiyati va tarkibi.....	93
6. 2. Tadbirkorlik shart-sharoitlari va ularning ahamiyati.....	95
6. 3. Tadbirkorlik omillari va ularning roli.....	98

VII BOB. O‘ZBEKISTONDA TADBIRKORLIKNI QO‘LLAB-QUVVATLASH TIZIMI

7. 1. Tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash zaruriyati va yo‘nalishlari	112
7. 2. O‘zbekistonda tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash dasturlari va ularni amalga oshirish	115
7. 3. Tadbirkorlik infratuzilmasi, uning tarkibi va roli.....	117
7. 4. Biznes-inkubatorlar va tadbirkorlikda ularning roli	123
7. 5. Tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash borasida jahon tajribasi	127

VIII BOB. TADBIRKORLIKNING TASHKILY ASOSLARI

8. 1. Tadbirkorlik turlari va shakllarining mohiyati	136
8. 2. Tadbirkorlik turlari va ularning tavsifi	138
8. 3. Tadbirkorlik shakllari va ularning tasnifi	142

IX BOB. TADBIRKORLIKNING TASHKILY-HUQUQIY SHAKLLARI

9. 1. Yakka tartibdagi tadbirkorlik, uning xususiyatlari va turlari	149
9. 2. Xususiy tadbirkorlik va uning ko‘rinishlari	152
9. 3. Jamoa tadbirkorligining ko‘rinishlari va ularning xususiyatlari	155
9. 4. Qo‘shma tadbirkorlik va qo‘shma korxonalar	161
9. 5. Kichik tadbirkorlik va uning xususiyatlari	165

X BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI RASMIYLASHTIRISH ASOSLARI

10. 1. Tadbirkorlik subyektlarini ro‘yxatdan o‘tkazish asoslari, organlari, hujjatlari	176
10. 2. Tadbirkorlik subyektlarini ro‘yxatdan o‘tkazish va hisobga qo‘yish tartibi.....	183
10. 3. Tijorat maqsadida chetdan tovarlar olib keluvchi jismoniy shaxslarni ro‘yxatdan o‘tkazish	190

XI BOB. TADBIRKORLIKDA MARKETING VA RAQOBAT

11. 1. Marketing – tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish asosi	202
11. 2. Marketing funksiyalari va tadbirkorlikda ularni amalga oshirish	206
11. 3. Tadbirkorlikning marketing strategiyasi va taktikasi	212
11. 4. Tadbirkorlikda savdo tuzilmalarining roli.....	215
11. 5. Tadbirkorlik va raqobat	221

XII BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI BOSHQARISH ASOSLARI

12. 1. Tadbirkorlik faoliyatini boshqarishning mohiyati va ahamiyati	238
12. 2. Tadbirkorlik faoliyatini boshqarish tamoyillari, funksiyalari va usullari.....	242
12. 3. Tadbirkorlik faoliyatini boshqarishni tashkil etish.....	248
12. 4. Tadbirkorlikda axborot va axborot texnologiyalari	252

XIII BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH ASOSLARI

13. 1. Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning zaruriyati va ahamiyati	263
13. 2. Tadbirkorlikda biznes reja va uning tarkibi	267
13. 3. Tadbirkorlikda biznes reja tuzish tartibi.....	275

XIV BOB. TADBIRKORLIK SARMOYASI VA UNING HARAKATI

14. 1. Tadbirkorlik sarmoyasi va uning tarkibi	285
14. 2. Tadbirkorlik sarmoyasini shakllantirish.....	291
14. 3. Tadbirkorlik sarmoyasining harakati va samaradorligi.....	294

XV BOB. TADBIRKORLIKDA MOLIYAVIY MUNOSABATLAR ASOSLARI

15. 1. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalashning ahamiyati va manbalari.....	305
15. 2. Tadbirkorlik faoliyatini kreditlash	307
15. 3. Tadbirkorlikda investitsiyalar va lizing.....	312
15. 4. Tadbirkorlikda soliqlar.....	318

XVI BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATINI HISOBI VA TAHLILI ASOSLARI

16. 1. Tadbirkorlikda hisob yuritish va hisobot	327
16. 2. Tadbirkorlikda iqtisodiy tahlil, uning turlari va usullari.....	330
16. 3. Tadbirkorlikda mahsulot ishlab chiqarish va sotishni tahlil qilish.....	333
16. 4. Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy natijasi va uning ko'rsatkichlari	337
16. 5. Tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy holatini baholash.....	340

Halim Rajabovich Hamroyev

TADBIRKORLIK ASOSLARI

*Kasb ta'limi (iqtisodiyot)
yo'nalishi talabalari uchun o'quv qo'llanma*

Muharrir *J. Qo'nishev*
Badiiy muharrir *A. Xudoyberdiyev*
Texnik muharrir *U. Kim*
Musahhah *Z. Irisboyeva*
Sahifalovchi *B. Irisboyev*

Bosishga 8.11. 2010- yilda ruxsat etildi.
Bichimi 60x84 1/16. Hajmi 22,5 b. t. Adadi 600 nusxa.
Buyurtma № 52

“YANGI NASHR” nashriyoti

“MEDIANASHR” MCHJ bosmaxonasi
Toshkent shahri, Chilonzor ko'chasi, 1- uy.

ISBN-978-9943-330-70-2

