

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA
MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI**
O‘RTA MAXSUS, KASB-HUNAR TA‘LIMI MARKAZI

**TADBIRKORLIK VA
ISHGA JOYLASHTIRISH
TEXNOLOGIYASI ASOSLARI**

Kasb-hunar kollejlari uchun o‘quv qo‘llanma

2-nashr

UO‘K 334.722:331. 53(075.32)
KBK 65.290
X73

*Oliy va o‘rta maxsus, kasb-hunar ta’limi ilmiy-metodik
birlashmalari faoliyatini muvofiqlashtiruvchi Kengash
tomonidan nashrga tavsiya etilgan.*

Mualliflar jamoasi: **Z.Y. XUDOYBERDIYEV (rahbar), K.Z. HOMITOV,
A. MURODOV, L.K. KO‘PAYSINOVA, N.U. ARABOV**

Taqrizchilar: **R.T. TURSUNOV** — TDIU «Kichik biznes va tadbirkorlik» kafedrası professori; **X.X. ABDURAMANOV** — TDIU «Mehnat iqtisodiyoti va sotsiologiyasi» kafedrası dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi; **A.G‘. SUYUMOV** — AT «Mikrokreditbank»ning kreditlash departamenti direktori.

Mas’ul muharrirlar: **Q.H. ABDURAHMONOV** — iqtisod fanlari doktori, professor; **A.V. VAHOBOV** — iqtisod fanlari doktori, professor.

O‘quv qo‘llanmada asosiy e’tibor kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati, uning mohiyati, mazmuni va maqsadi, bunday faoliyatni tashkil etish, uning turlari, biznes g‘oya va uning zarurligi, ish faoliyatining rejalashtirilishi va biznesni samarali boshqarish, moliyalashtirish va sug‘urta, soliqqa tortish, tadbirkorlik faoliyatida marketing, biznes-rejalar tuzish, bitiruvchilarni ishga joylashtirish tizimini rivojlantirish va ularni mehnat bozoriga moslashtirish, ishga joylashtirishda va kasbiy muvaffaqiyatlarga erishishda o‘quvchilarning shaxsiy bilim, ko‘nikma hamda malakasini shakllantirishga oid bilimlarni qamrab olishga qaratilgan.

O‘quv qo‘llanma kasb-hunar kollejlari talabalariga, shuningdek, biznes maktablari tinglovchilari, tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanuvchi kichik biznes xodimlari hamda tadbirkorlik va biznes bilan qiziquvchi keng jamoatchilikka mo‘ljallangan.

KIRISH

Iqtisodiyotni modernizatsiyalashtirish sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish va uning asosida aholi, ayniqsa, yoshlarning ish bilan bandligini ta'minlash, ularning mehnat qilish huquqlarini amalga oshirishlari va iqtisodiy mustaqillikka erishishlari uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish, ishlab chiqarish kuchlarini joylashtirish va yangi ish o'rinlarini yaratish, ishga joylashishga ko'maklashishni tashkil etish, kasbga tayyorlash va yo'naltirish tizimini joriy etish hamda kadrlar malakasini oshirish va qayta tayyorlash amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi.

2017—2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasining «Ijtimoiy sohani rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari» nomli bobida tadbirkorlik va biznesni rivojlantirish asosida yangi ish o'rinlarini yaratish hamda aholining, eng avvalo, ta'lim muassasalari bitiruvchilarining ish bilan bandligini ta'minlash, ishsizlik darajasini kamaytirish vazifasi belgilangan¹.

Tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish asosida bir qator ijtimoiy-iqtisodiy vazifalar hal etilishi nazarda tutiladi:

- *birinchidan*, jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, kichik biznes ichki bozorni zarur tovar va xizmatlar bilan to'ldiradigan, iqtisodiyotning tarkibiy negizini belgilab beradigan eng muhim sektor hisoblanadi, shuningdek, aholini, ayniqsa, yoshlarni ish bilan ta'minlashda, ularning iqtisodiy mustaqillikka erishishlari va hayotda o'z o'rinlarini topib ketishlarida eng asosiy omil va manba bo'lib xizmat qiladi;

- *ikkinchidan*, hozirgi sharoitda jahon va mintaqaviy bozorlarda raqobat keskinlashib borayotgani hammaga ayon. Aynan kichik biznes o'zining harakatchanligi, kam sarmoya talab qilishi hisobidan ishlab chiqarishni yengilroq va tez modernizatsiya qilish, ishlab chiqarilayotgan mahsulot turlarini yangilash imkoniyatiga ega ekani va shu tariqa bozor konyunkturasining o'zgaruvchan talablariga yaxshi moslasha olishi bilan e'tiborlidir;

- *uchinchidan*, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik o'sishi bilan mamlakat tayanchi va suyanchi bo'lgan mulkdorlar o'rta

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017—2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi. [http:// www.lex.uz](http://www.lex.uz)

sinfni shakllantirish vazifasi bevosita hal etiladi. Umuman aytganda, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bugungi kunda aholi bandligini ta'minlaydigan va uning asosiy daromad manbai bo'lgan muhim bo'g'in hisoblanmoqda.

Eng avvalo, yoshlarga xos tadbirkorlik va tashabbuskorlik tadbirkorlik faoliyatida o'z o'rnini topmoqda, o'z biznesini tashkil etish va hamda rivojlantirishda qo'llanilyapti.

Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida, o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi muassasalari faoliyatining asosiy faoliyat yo'nalishlari bo'lib, bitiruvchilarning shaxsiy barkamolligini shakllantirish, ularning o'z ustida ishlashlari va samarali mehnat faoliyatini olib borishlariga ko'maklashish, shuningdek, tadbirkorlik va biznes bo'yicha bilim va ko'nikmalarini shakllantirish, ularga ishbilarmonlik ruhini singdirish, yoshlarning ishga joylashishi va mehnat bozoriga moslashishi uchun yordam berish hisoblanadi.

O'rta maxsus kasbiy ta'lim tizimida kasbiy tayyorgarlikni o'tayotgan va o'tab bo'lganlar uchun ham tadbirkorlik sohasi o'zgacha ahamiyat kasb etadi. Ta'lim olganlar o'z bilim va ko'nikmalarini nafaqat amaldagi korxonalaridagi ish jarayonida qo'llashni, balki o'zlari tomonidan, o'z yaqinlari va tanishlari bilan tashkil qilinadigan mustaqil ishlarida tatbiq etishni orzu qilishadi. Har bir kasb-hunar kolleji bitiruvchisida tadbirkor bo'lish niyat va orzusi bor. Biroq bu orzuni amalga oshirish u qadar oddiy yumush emas. Ikkinchi tomondan qaraganda, bu u qadar murakkab ham emas.

Har yili o'n minglab odamlar o'z ishlarini boshlab, tadbirkorlik sohasiga qo'shilib ketadilar. Ularning barchasi teng imkoniyatlarga ega, oddiy odamlar hisoblanadi. Nima uchun kasb-hunar kolleji bitiruvchisi bo'lgan yigit-qizlar ham bu sohada o'zlarini sinab ko'rmasligi kerak? Axir, tadbirkorlik sohasi, ayniqsa, yoshlar uchun ko'plab imkoniyatlarni o'zida mujassam qilgan, sirli sinoat hisoblanadi. Ularning ichida o'zini namoyon etish uchun mehnat qilish, kurash va tavakkal qilish bilan bog'liq qiziqarli faoliyat bilan shug'ullanish, faol ishlash, o'z mablag'larini ishlab topish, mustaqil qaror qabul qilish, ularni qayerga sarflash yoki ulardan qanday foydalanish kabi imkoniyatlar bor. Bundan tashqari, ularda kelajagini o'z qo'llari bilan qurish imkoniyati ham mavjud.

Albatta, tadbirkorlik sohasida ishlash, kasbiy bilim va ko'nikmalardan tashqari, tirishqoqlik, tashabbuskorlik, mas'uliyatlilik, vazifalarini sidqidildan bajarishga intilish, tarmoqda ishlay bilish va nihoyat, tavakkal qila olish kabi shaxsiy fazilatlariga ega bo'lishni talab etadi. Biroq bu fazilatlarining ko'piga tadbirkorlik faoliyati davomida erishish mumkin. O'z sezgirligi, aqli va tajribasi hamda ushbu qo'llanmadagi

maslahatlarga rioya qilib, har bir yosh — kasb-hunar kolleji o‘quvchisi muvaffaqiyatli tadbirkorga aylanishi mumkin.

Xo‘sh, qanday tuzilmada ishlash har tomonlama qulay hisoblanadi? Qayerda yuqori lavozimlarga va moddiy farovonlikka erishish imkoniyatlari yuqori? Balki, xususiy tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanish afzalroqdir? Ushbu savollar har bir yosh mutaxassisni mehnat faoliyatini boshlash oldidan xavotirga soladi. Shu sababli, ishga joylashtirish jarayoni juda muhim va har bir inson hayoti davomida o‘ziga xos hodisa bo‘lib, ulardan o‘z kasbining bilimdoni va omadli bo‘lishini talab etadi.

«Tadbirkorlik va ishga joylashtirish texnologiyasi asoslari» o‘quv kursi kasb-hunar kollejlari o‘quvchilarining tadbirkorlik va biznes sohasida bilimli bo‘lishiga, amaliy ko‘nikmalarga va mehnat bozorida muvaffaqiyatga erishishiga, o‘z shaxsiy biznesini ochishda yoki yollanma xodim sifatida ish beruvchi bilan bo‘ladigan suhbatda o‘z imkoniyatlarini ko‘rsatib bera olishiga, yangi ish joyiga muvaffaqiyat bilan moslashishini ta‘minlashga yo‘naltirilgan. Bitiruvchilarni doimiy va samarali ish bilan ta‘minlash va ularning yaxshi xizmat lavozimlarda ishlashlari eng asosiy sifat ko‘rsatkichi bo‘lib, ta‘lim muassasasining mavqeyini aniqlab beradi.

Bo‘lajak bitiruvchi-tadbirkorlarimiz oldilariga qo‘ygan yuksak maqsadlariga erishishda bir qator muammolarga duch kelishmoqdaki, bu — qonunlarni to‘liq darajada anglamaslik, biznesni tashkil etish, rejalashtirish, moliyalashtirish, soliqqa tortish va boshqarishda kerakli bilim hamda ko‘nikmaga ega emaslik, mehnat bozori va unda ish izlash, ishga joylashish, ish beruvchi bilan bo‘ladigan suhbatda o‘z imkoniyatlarini ko‘rsatib bera olishlarida namoyon bo‘lmoqda. Bu esa, o‘z navbatida, o‘rta maxsus, kasb-hunar ta‘limi bitiruvchilarini ishga joylashtirish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bilan shug‘ullanish qarorini berish jarayonlarining sust amalga oshayotganligining asosiy sabablaridan biridir.

Yuqoridagi muammolarni Xalqaro mehnat tashkiloti (XMT) va uning bir guruh mutaxassislari tomonidan tayyorlangan, Sharqiy Yevropa, Keniya va Mustaqil Davlatlar Hamdo‘stligining bir qator respublikalarida tajribadan o‘tgan «Biznes bilan tanishuv» nomli modullar ketma-ketligi va O‘zbekiston—Shveysariya «Kasbiy ko‘nikmalarni rivojlantirish» loyihasiga asoslangan, O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi, O‘rta maxsus, kasb-hunar ta‘limi Markazi hamda O‘zbekiston Respublikasi Mehnat vazirligi hamkorligida ishlab chiqilgan va tasdiqlangan «Tadbirkorlik va ishga joylashtirish texnologiyasi asoslari» fani o‘quv dasturi doirasida tayyorlangan ushbu o‘quv qo‘llanma misolida hal etishga e‘tibor qaratilgan.

1-bob. NIMA UCHUN AYNAN TADBIRKORLIK?

1.1. Biznes nima va odamlar nima uchun biznes bilan shug'ullanadilar?

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

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

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

«Biznes» so'zi inglizcha bo'lib, u *tadbirkorlik faoliyati* yoki boshqacha aytganda, kishilarning foyda olishga qaratilgan tadbirkorlik faoliyatidir. «Biznesmen» (tadbirkor) atamasi birinchi marotaba Angliya iqtisodiyotida XVIII asrda paydo bo'lib, u «mulk egasi» degan ma'noni bildiradi. Jumladan, Adam Smit tadbirkorni mulk egasi sifatida ta'riflab, uni foyda olish uchun qandaydir tijorat g'oyasini amalga oshirish maqsadida iqtisodiy tavakkalchilikka boradigan kishidir, deb ta'kidlaydi. Tadbirkorning o'zi o'z ishini rejalashtiradi, ishlab chiqarishni tashkil etadi, mahsulotni sotadi va olgan daromadiga o'zi xo'jayinlik qiladi.

Biznes, avvalo, ishlab chiqarishni tashkil etish, iqtisodiy faoliyat va munosabatlar, hayotning o'zi, so'ngra esa pul ishlash demakdir. «Biznes» xorijiy ibora bo'lib, u butun dunyo bo'yicha tarqalgan, undan barcha mamlakatlarda foydalanadilar. O'zbek tilida esa «biznes» so'zi tadbirkorlik, «biznesmen» esa tadbirkor demakdir. O'zbekcha so'z xorijiy so'zga to'g'ri keladi, lekin unga qo'shimcha ma'no ham beradi. Bu so'zlar ortida «ish», ya'ni ish bilan shug'ullanish yoki korxonani tashkil qilish yotadi. Shunday qilib, biznes — bu korxonani tashkil qilish demakdir (sanoat korxonasi, savdo do'koni, xizmat ko'rsatish korxonasi, auditorlik kontorasi, advokatlik idorasi, bank va h.k.).

Demak, biznes — bu yo'q narsadan pul qilish emas, balki murakkab ishlab chiqarishni yoki xizmat ko'rsatishni tashkil etish demakdir. Tadbirkor — doimo o'z ishining fidoyisi, bilimdonidir. Tadbirkorlik uchun o'qish kerak, nafaqat dastlabki paytlarda, balki tadbirkor bir umr o'qishi, izlanishda bo'lishi zarur.

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

O'zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi Qonunida tadbirkorlik faoliyati tushunchasiga quyidagicha ta'rif berilgan: «Tadbirkorlik faoliyati (tadbirkorlik) — tadbirkorlik faoliyati subyektlari tomonidan qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan, o'zi tavakkal qilib va o'z mulkiy javobgarligi ostida daromad (foyda) olishga qaratilgan tashabbuskor faoliyatidir»¹.

Tadbirkorlikning mohiyati quyidagilar orqali yanada oydinlashadi:

- *Birinchi*dan, tadbirkorlikning subyekti kim bo'lishi mumkin? Qonunchilikka muvofiq, balog'at yoshiga yetgan har bir fuqaro o'z mulki asosida yoki mulk egasining vakolati asosida o'zi ixtiyor etgan qonunga zid bo'lmagan faoliyat turi bilan shug'ullanishi mumkin.

- *Ikkinchi*dan, yuqoridagi ta'rifda tadbirkorlikning yana bir tomoni — mazmuni ifoda etilgan bo'lib, u mazmunan boy, xilmal ko'rinishga ega. Tadbirkorlik faoliyatini tanlash, uni tashkil

¹ O'zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi Qonuni (yangi tahriri), 3-modda. //http://www.lex.uz

etish va rivojlantirish mohiyat jihatidan davlat, jamiyat ahamiyatiga molik ish bo'lmagan, balki erkin tanlanadigan faoliyatdir.

Tadbirkorlik faoliyatining uch turi va unga mos ravishda tadbirkorlarning uch guruhini alohida ko'rsatish mumkin:

1) tovarni sotish, qayta sotish va tijorat ishlarini tashkil etish bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlar;

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

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

• *Uchinchidan*, maqsad jihatidan tadbirkorlikning ikki turini:

a) foyda olishni, iqtisodiy samaraga erishishni maqsad qilgan;

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

Tadbirkorlik va biznesni rivojlantirish uchun quyidagi shart-sharoitlar talab etiladi:

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

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

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

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

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

• mahsulot turlarini va ishlab chiqarish usulini tanlash erkinligi;

• hamkorlarni mustaqil tanlash;

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

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

4. Bozor infratuzilmasining mavjudligi. Bunga quyidagilar kiradi:

• tijorat banklari;

• tovar, fond, mehnat, valuta birjalari;

• tijorat tavakkalchiligi va mulk sug'urtasi;

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

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

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

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

Tadbirkor nimalarni bilishi va qilishi kerak? U, eng avvalo, tadbirkorlik faoliyatini qanday amalga oshirishni, qanday sharoitda amaliy harakat qilishni, tadbirkor oldida uchraydigan to'siqlarni hal qilish yo'llarini va qanday yutuqlarga erishishni bilishi kerak. Tadbirkor — ishlab chiqarishni tashkil etishni hamda mahsulotni sotishni bilishi lozim. U bozor munosabatlari sharoitida yuzaga keladigan aniq sharoitlarni baholashi va to'g'ri yo'l tanlay olishi zarur. Hech kim, hech qachon tadbirkorga nima qilishni o'rgatmaydi va og'ir paytda yordamga kelmaydi. Har bir tadbirkor faqat o'z kuchiga, bilimiga va zakovatiga ishonishi va suyanishi lozim.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

9. *Halollik bilan ish yuritish*. Tadbirkorlik halol yo'l bilan pul topishga asoslanishi zarur, qalloblik, g'irromlik va aldamchilik uning tabiatiga zid. Masalan, hazrati Muhammad (s.a.v.) odamlarga «halol yo'l bilan nafaqa topinglar», deb marhamat qilganlar. Shu sababli «halol top» degan qoida tadbirkorlikka ham xos bo'lgan.

O'zbekiston qonunlariga ko'ra, tovar ishlab chiqaruvchilar iste'molchilarning tovar sifatiga bo'lgan talabini qondirishi, tovar sifatini kafolatlashi shart. Davlat shu qonunlar ijrosini nazorat qiladi.

O'zbekiston Respublikasining «Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida»gi Qonunida: «Davlat iste'molchilarning tovar (ish, xizmat) sotib olish va undan foydalanish chog'idagi huquqlari hamda qonun bilan qo'riqlanadigan manfaatlari himoya qilinishini kafolatlaydi», deb ta'kidlab o'tilgan.

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

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

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

Mulk moddiy va maishiy boyliklarni qonuniy ravishda va belgilangan tartibda kishilar tomonidan o'zlashtirish shaklidir. O'zlashtirish tartibini mulkiy huquq belgilaydi, u kimning mulkdor bo'lishi, mulkdan foydalanish qoidalari, mulkni davlat tomonidan kafolatlash kabilarni belgilab qo'yadi. Mamlakatimizda mulkiy huquq va mulkiy munosabatlar O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi, Fuqarolik kodeksi va «O'zbekiston Respublikasida mulkchilik to'g'risida»gi Qonun asosida tartibga solinadi.

Tadbirkorlar mulkiy munosabatning subyekti, ya'ni ishtirokchisi bo'lishadi. Ular mulk qilib o'zlashtiradigan narsalar yer, bino,

inshoot, asbob-uskunalar, mashina-mexanizmlar, yaratilgan tovarlar, ilmiy g'oyalar, loyihalar, tovar belgilari va boshqalardan iborat. Bular mulkiy munosabatlarning obyektidir. Mulkning uch bosqichi bor:

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

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

Tadbirkorlik turli mulk shakllari doirasida yuz beradi va qonunga qarab, uning turlari yuzaga keladi. Bozor iqtisodiyotida xususiy mulk yetakchi mavqeda turadi. Xususiy mulk ayrim kishilarga tegishli va ularga naf keltiruvchi mulkdir.

Xususiy mulkka qarab, xususiy tadbirkorlik mavjud bo'ladi. Xususiy mulkning o'zi ikki ko'rinishga ega:

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

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

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

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

Biznesda ishbilarmonlikning foydasiga doir mulohazalar

Bir vaqtlar «... agar inson mukammalroq sichqon ushlagichni yaratgan bo'lsa, dunyo uning ostonasiga yo'l topadi», deb aytilgan edi. Bozor iqtisodiyotida tasavvur, energiyaga ega bo'lgan va boshqalardan ko'ra, o'z ishini yaxshiroq bajarishni yoki xizmatlarni taklif etishni istagan har bir inson uchun foyda, e'tirof va xizmatlarga erishishga «oltin imkoniyatlar» ochiladi. Erkin tadbirkorlik tizimining asl mohiyati — raqobat borligidadir. Aynan raqobat, o'z ishini shundoq ham yaxshi bajarayotganlarni «zafar gashtini surish» o'rniga, yana ham astoydil mehnat qilishga majbur qiladi.

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

Muvaffaqiyatga erishishga intiladigan ishbilarmon odamlarning ishi aynan ko'rsatiladigan xizmatlar doirasi oz-moz kengroq, ishlab chiqariladigan tovar ozgina yaxshiroq bo'lishini ta'minlash yoki qaysidir boshqa yo'l bilan ularning raqobat afzalliklarini yaxshilashdan iboratdir. Har yili ko'pgina korxonalar kasodga uchraydi, lekin ko'plari muvaffaqiyatga erishadiku! Muvaffaqiyatga erishadiganlar esa, hududida faoliyat yuritilayotgan jamoa ehtiyojlarini qondirish maqsadini ko'z-

lagan tarzda xizmatlar ko'rsatadi yoki sotuvga tovarlar taqdim etishadi. Agarda korxonadan bundan buyon uni qo'llab-quvvatlashga yetarli bo'lgan miqdordagi aholi ehtiyojlarini qondira olmasa, unda bunday korxonada kasodga uchraydi.

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

Raqobatga muvaffaqiyatli qarshilik ko'rsatish uchun biznesmen eng yaxshi menejer bo'lishi yoki eng katta do'konni ushlab turish lozim emas. Hamma narsa ancha nisbiy. Agarda erkak yoki ayol o'sib borayotgan jamoa uchun yangi do'konga ehtiyoj borligini ko'rishsa va shu yo'nalishda boshqalardan oldinroq harakat qilishni boshlashsa, ular raqobat kurashida sezilarli afzallikka ega bo'lishadi. Agar korxonaning joylashishi qulay joyda tanlangan bo'lsa, tez orada ular o'z atrofida boshqa savdo maskanlarini topadi, lekin shu holatda ham, qo'shnilar farq qiladigan tovarlar va xizmatlarni taklif etsa, ular to'g'ridan to'g'ri raqobatga duch kelmasliklari mumkin, natijada korxonada o'sishni davom ettiradi.

O'z qobiliyatlarini ro'yobga chiqarish va kalondimog'liklarini qondirish uchun tasavvur va birmuncha jasoratga ega bo'lgan har qanday odam, odatda, agar hayotida yaxshi biznes uchun tavakkal qilishga loyiq darajaga yetishgan bo'lsa, biznesda muvaffaqiyatga erishishi mumkinligini tushunish muhimdir. Bu odam asos bo'ladigan ta'lim olishi, ko'nikmalar va bilimga ega bo'lishi hamda biznesda omadsizlikka uchrash ehtimolini kamaytirish uchun ma'lum darajada yetuklikka erishmog'i lozim. Har qanday biznes — bu tavakkalchilik. Yaxshi ta'lim, tajriba va sog'lom fikrlash bor bo'lsa, omadsizlikka uchrash ehtimoli sezilarli darajada kamayadi.

Omad unsuri har qanday biznesda mavjud. Ayrim tadbirkorlar ancha omadli. Lekin siz faqatgina omadga tayanmasligingiz kerak!

1.2. Tadbirkorlik sifatleri va ko'nikmalari

Tadbirkor nimalarni bilishi va qilishi kerak? U, eng avvalo, tadbirkorlik faoliyatini qanday amalga oshirishni, qanday sharoitda amaliy harakat qilishni, uchraydigan to'siqlarni hal qilish yo'llarini va qanday yutuqlarga erishishni bilishi darkor. Tadbirkor — ishlab chiqarishni tashkil etishni hamda mahsulotni sotishni, bozor munosabatlari sharoitida yuzaga keladigan aniq sharoitlarni baholashni va to'g'ri yo'l tanlashni bilishi lozim.

Tadbirkorlikdagi muhim omil — bu tadbirkorning shaxsiy xususiyatlari. Tadbirkor bo'lish uchun tashqi holatdan tashqari faqat shaxsan o'ziga bog'liqlik tomonlari borki, sarmoya va huquqiy muhit to'la mavjud bo'lganda ham busiz u haqiqiy tadbirkor bo'la olmaydi. Bu uning ishbilarmonlik, tijorat qobiliyatidir.

Ishbilarmonlik juda keng tushunchaga ega. Bu, avvalo, nazariy va amaliy bilimlar yig'indisi bo'lib, bunda, birinchi navbatda, iqtisodiyot asosini, aynan bozor iqtisodiyotini bilish zarur. Ma'lumki, iqtisodiyotni tushunmay, bozorning farqiga bormay tadbirkor bo'lish mumkin emas. Tadbirkorlar bozor iqtisodiyotining ijodkorlaridir. Chunki ular oddiy ijrochi emas, balki bozor iqtisodiyoti, uning munosabatlari, mexanizmlariga ijobiy yondashuvchilar, rivojlantiruvchilardir, bozor to'g'risidagi tushunchani kengaytiruvchi, uning turliligini ta'minlovchi, haqiqiy holatini boyituvchi shaxslardir.

Bozorni o'z vaqtida sezib borish, uning holatini oldindan ko'ra bilish, bozorning ertangi talabi darajasida ish ko'rish, har tomonlama bilimdon, sezgir, o'tkir bo'lishni talab etadi. Bu aholi turmush darajasi, daromadlar harakati, turli tabaqadagi aholi talabining o'zgarib borishini oldindan bilish va barcha ishlab chiqarish, tijorat faoliyatini shu holatga moslashgan holda o'zgarib borishi uchun intilish demakdir.

Buning uchun tadbirkor har tomonlama bilimdon bo'lmog'i zarur. Shundagina u mazmunan ishbilarmon bo'lishi mumkin. U zamonaviy texnika, texnologiya, tashkilotchilik, bilimdonlik darajasida bo'lmasa, orqada qoladi, raqobatga bardosh bera olmaydi va bozor ishtirokchisi sifatida yuqori darajaga erisha olmaydi. Tadbirkor ish yuritish sohasida barcha omil, chora-tadbir, voqelikka bir xil munosabatda bo'lib, hammasini o'z diqqat markazida tuta bilish qobiliyatiga ega bo'lishi kerak.

Bulardan tashqari, tadbirkor haqiqiy insoniy qobiliyatlar va xususiyatlarga ega bo'lishi kerakki, u haqiqatan ham ishboshi, tashkilotchi, boshqaruvchi, ko'pchilikni birlashtira olish qobiliya-

tiga ega shaxs bo'lishi zarur. Amaliyotda o'z shaxsiy manfaatini xalq manfaati bilan bog'lovchi, xalq uchun zarur ishlarni o'z hisobiga bajaruvchi, homiylik qiluvchi tadbirkorlar juda ko'p. Har tomonlama ilg'or, yuqori madaniyatli, xalqparvar va xalq oldida katta obro'ga ega badavlat tadbirkor-sohibkorlar, ayniqsa, rivojlangan, iqtisodiyoti yuqori darajadagi mamlakatlarda oddiy holatdir.

Tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishni xohlagan insonlar ega bo'lishi lozim bo'lgan (yoki rivojlantirish imkoniyatiga ega bo'lgan) ma'lum xususiyatlar mavjud. Agar tadbirkorlarni boshqa insonlar guruhi bilan turli xususiyat va ko'nikmalarni baholash orqali solishtiradigan bo'lsak, tadbirkorlar bir qator o'ziga xos xususiyatlar mavjudligi bilan ajralib turadilar, xususan:

1. *Yuqori mehnat qobiliyati*: biznesni boshqarish yuqori harakatchanlikni va intiluvchanlikni talab qiladi. Bu — zarur bo'lganda, uzoq muddat davomida ishlay olish, tang vaziyatlarda ham juda qattiq ishlash va yaxshi uxlay olish imkoniyati bo'lmaganda ham mehnat qobiliyatini saqlay olish bilan bog'liq.

2. *O'z kuchiga ishonish*: biznesda rivojlanish uchun insonlar o'z kuchlariga va o'zlari oldiga qo'ygan maqsadlarga erisha olish qobiliyatlari borligiga ishonishlari lozim. Bu, odatda, quyidagi ibora bilan ifodalanadi: «Agar siz biron nimaga juda intilsangiz va shu narsa ustida ishlashga tayyor bo'lsangiz, siz o'zingiz istagan narsaga, albatta, erishasiz».

3. *O'z kelajagini qurish*: o'ziga ishonchli ish va daromad yaratish barcha tadbirkorlarning maqsadi bo'lib hisoblanadi; bu maqsadga erishishga bo'lgan ishonch ularning shaxsiy qobiliyatlariga asoslanadi. Bu — biznesdan olinayotgan daromadning miqdori muvofiq mezonga yetishi uchun bir necha yil o'tishi mumkinligini anglatadi.

4. *Foyda olishga yo'nalganlik*: pul ishlab topishga bo'lgan qiziqish insonning o'z korxonasini boshqara olishga qodirligini belgilovchi aniq ko'rsatkich hisoblanadi. Bu biznesning birinchi darajali ekanligini anglatadi. Pullar korxonada doirasida ishlashi lozim, tadbirkorning bundagi vazifasi esa korxonada mavjud pullar yangi pullarni ishlab chiqarishi uchun ular qay tarzda qo'llanishi lozimligi yechimini topishdir.

5. *Maqsadlarga erishishga intilish*: biznesda muvaffaqiyatga erishish aniq maqsadlarni qo'ya bilish qobiliyatiga, shuningdek, ushbu maqsadlarga erishishda qat'iylik bilan ishlashga bog'liq. Ushbu maqsadlarni qo'ya bilish qobiliyati (inson nimaga o'rganishi lozimligi borasida) va ushbu maqsadlarga erishish yo'nalishida ishlash tadbirkor uchun poydevor hisoblanadi.

6. *Tirishqoqlik*: ko'pgina insonlarga har qanday biznes vaqt-vaqti bilan qiyinchiliklar va ko'ngil qolishlarni olib keladi. Ishni qat'iy davom ettirish va muammoni uning yechimi topilgunga qadar, uni yengishdagi qat'iyat — muvaffaqiyatga erishishning asosiy omillari hisoblanadi.

7. *Omadsizliklarni bartaraf qila olish*: har bir biznes, albatta, o'zida ko'ngil qolishi va omadsizliklarning suvosti toshlariga, lekin shu bilan birga, muvaffaqiyat cho'qqilariga ega. Omadsizliklarni bartaraf qila bilish uning manbayini aniqlashni, tegishli xulosalar chiqarishni va unda yangi imkoniyatlar kurtaklarini topishga harakat qilishni nazarda tutadi. Agar bunday xususiyat insonda yo'q bo'lsa, dastlabki omadsizliklarning o'ziyoq insonning o'zini o'zi band qilish harakatlariga chek qo'yadi.

8. *Qaytma aloqadan foydalanishni bilish*: ishlar qanday ketayotganligi, rejalar qanday amalga oshayotganligi haqida bilish, qaytma aloqa belgilarini tahlil qila bilish, shuningdek, boshqalar bilan maslahatlashish yana bir asosiy sifat bo'lib hisoblanadi.

9. *Tashabbuskorlik*: tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, muvaffaqiyatli biznesmenlar tashabbuskorlikni namoyon qilib, uni o'z qo'liga olish imkoniyatini qidirishgan holda o'zlarini shunday holatga qo'yishadiki, muvaffaqiyat uchun ham, mag'lubiyat uchun ham mas'ul bo'lishadi.

10. *Eshitish istagi*: muvaffaqiyatli rivojlanuvchi biznesmenlar guruhiga boshqalarga quloq solmaydigan va tashqi resurslardan foydalanmaydigan, o'z ichiga kirib ketgan individumlar guruhi kirmaydi. O'z kuchiga ortiqcha ishonish, zarur bo'lganda, bank xizmatlari, buxgalterlar va biznes maslahatchilar kabi malakali mutaxassislardan yordam so'rash qobiliyatini inkor etmaydi.

11. *Shaxsiy mezonlarni o'rnatish*: faoliyat yuritish mezonlarini o'rnatish va ularga erishish bo'yicha keyingi ish olib borish — gullab-yashnovchi korxonaning yana bir ko'rsatkichi hisoblanadi. Bu mezonlar daromad, sifat, sotuv hajmi yoki aylanma mablag' darajasini aniqlab berishi mumkin. Ko'pgina korxonalar ularning ishlari yildan yilga yaxshiroq borishiga intilishadi, ular joriy yil uchun o'rnatilgan mezonlarga nisbatan yuqoriroq mezonlarni o'rnatib, ularga erishadilar.

12. *Noaniqlik sharoitida ishlay bilish*: tadbirkorlik yollanma mehnatga nisbatan ko'proq noaniqlik bilan bog'liq. Bu noaniqlik sotuv hajmi va aylanma mablag'ga tegishli bo'lishi, shu bilan birga, materiallarni ta'minlash, narx, bankning qo'llab-quvvatlashi kabi

boshqa sohalarni ham qamrashi mumkin. Bunday noaniqlik sharoitida ruhiy charchashsiz ishlash qobiliyati juda muhim omil sanaladi.

13. *Ishga butunlay berilib ishlash*: korxonani yaratish va uni boshqarish faoliyatiga butunlay berilib ketish, shuningdek, hayot tarzi o'zgarishini talab qiladi. Biznes tadbirkor hayotida birinchi ustuvorlik bo'lishi lozim.

14. *Xarakterning kuchli tomonlariga tayanish*: muvaffaqiyatga erishuvchi biznesmenlar ularda mavjud bo'lgan kuchli tomonlarga tayangan holda ish olib borishadi, bu tomonlar qo'l ishini sifatli bajara olish ko'nikmalari, sotishni bilish, yaxshi tashkil qilish qobiliyati, hujjatlar va boshqa yozma materiallarni chiroyli rasmiylashtira olish, aniq bir mahsulot yoki xizmatni bilish, savdo tizimidagi insonlarni bilish, shuningdek, aloqalarni o'rnatish va ularni qo'llay bilish qobiliyati bo'lishi mumkin.

15. *Ishonchlilik va to'g'rilik*: haqiqatgo'ylik, ish munosabatlarida to'g'rilik va va'da qilingan ishni bajarishdagi ishonchlilik korxonani muvaffaqiyatli boshqarishning asosiy omillari bo'lib hisoblanadi.

16. *Tavakkalni o'z zimmasiga ola bilish*: har bir korxonaning faoliyati tavakkal bilan bog'liq. O'lchangan yoki hisoblab chiqilgan tavakkalni o'z zimmasiga ola bilish qobiliyati ko'rsatkich bo'lib hisoblanadi. Tavakkalga bunday yondashuv ushbu tavakkal butunlay yo'q bo'lishi uchun taxminiy narxlar va foydani aniqlash, muvaffaqiyatga erishish ehtimoli va o'z qobiliyatiga ishonishni ko'zda tutadi. Shuningdek, tadbirkorning shakllanishiga bir qator omillar ta'sir etadi — ma'lumoti, fe'l-atvori, oilaviy ta'sir, oldingi ishi va hayotiy tajribasi, o'z ishiga munosabati, rejalari va h.k. Bozor iqtisodiyotini shakllantirish jarayonida yuqori malakali tadbirkorlarga ega bo'lish uchun ma'lum ishlarni amalga oshirish kerak. Bu, avvalo, mutaxassislar tayyorlash, o'qitish va o'qish jarayonlarini shunga moslashtirish demakdir.

Mamlakatimizda bu sohada juda katta ishlar olib borilib, mutaxassislar tayyorlashda muhim o'zgarishlar yuz bermoqda. Tadbirkor-biznesmenlar tayyorlash kengaytirilib, yetakchi mamlakatlarda o'qishga minglab yoshlar yuborilyapti. O'qish, o'qitish, mutaxassislar tayyorlash tizimi bozor talabi asosida qayta ko'rilayotir.

Tadbirkorga xos xususiyatlardan yana biri uning madaniyatidir. Tadbirkorlik madaniyatining asosiy belgilari sifatida quyidagilarni ko'rsatishimiz mumkin:

1. Tadbirkorlik madaniyati — bu madaniyat omillarini hamma yo'nalishlari bo'yicha zamonaviy tashkil qilish (moddiy va ma'naviy).

2. Madaniyatning ayrim unsurlari rivojlanishi bo'yicha g'oya, maqsad, vazifalarning bir-biriga mos kelishi.

3. Tadbirkorning amaldagi qonunchilik doirasida faoliyat yuritishi.

4. Tadbirkorning ijtimoiy-iqtisodiy, texnikaviy, zamonaviy ilm-fan yutuqlariga tayanishi.

5. Tadbirkor o'z faoliyatida xodimlari va hamkorlarini eng qadrli kishilari sifatida qabul qilishi kerak.

6. Tadbirkor har doim kelajakka ishonch va umid bilan qarab, qolganlarni ham o'ziga ishontira olishi lozim.

Maqsadga erishish uchun tadbirkorga korporativ madaniyatning ahamiyati beqiyosdir. Tadbirkorlik faoliyatida o'z biznesini boshqarish — bu korporativ madaniyatni rivojlantirishdir. Tadbirkorning korporativ madaniyatni boshqarish pog'onalari quyidagichadir:

1. Madaniyatning rivojlanish an'analari va holatini tahlil qilish.

2. O'rganilayotgan davrda mavjud muammolarni aniqlash.

3. Paydo bo'lgan muammolarning obyektiv va subyektiv omillarini aniqlash.

4. Mavjud muammoning yechimini topadigan imkoniyatlar va yo'llarini ko'rsatish.

5. Chuqur o'rganilgan va tahlil etilgan mulohazalardan foydalanish.

Zamonaviy tadbirkorlarning AQSHlik yorqin vakili Maykl Dell — u *Dell Computer Corp.* firmasini 19 yoshida, birinchi kurs talabasi ekanligida tuzgan. Firmaning dastlabki sarmoyasi bir ming AQSH dollariga teng bo'lgan. Maykl 40 yoshga to'lganida kompaniyaning sotilish hajmi 45 milliard AQSH dollariga teng bo'lgan. U kompyuter ishlab chiqaruvchi firmalar orasida yetakchi o'ringa chiqqan.

«DELL» korporatsiyasining asoschisi Maykl Dell muvaffaqiyatining to'qqiz qoidasi:

- bozorni yaxshilab o'rgan;
- vositachisiz sot;
- senga mahsulot yetkazib turuvchilarni hurmat qil;
- xodimlaringni hurmat qil;
- sening muvaffaqiyatingni faqat sening mijozlaring kafolatlaydi;
- o'z ustingda ishlashdan charchama;
- keng ko'lamda o'yla va harakat qil;
- o'z iqtidoringga va o'zingga ishon;
- o'sishni o'z maqsadingga aylantirma.

O'zingizning tadbirkorlik qobiliyatingizni uzluksiz rivojlantiring.

Biznes odamining asosiy xossaligidan biri bu faollik — mavhum sharoitlarda harakat qilishga tayyorgarlik hisoblanadi. Bu biznes uchun unchalik o'ziga xos bo'lmagan, biroq bu faoliyatda dastlabki qadamni qo'yish uchun, muvaffaqiyatga erishish va uni mustahkamlash keyinchalik barpo qilinadigan biznes poydevorini shakllantirish uchun kerakli shart hisoblanadi. Boshqa ikki sifat biznes va biznesmenning yetuklikka erisha borishi bilan juda yaqqol ko'zga tashlanadi. Bular hisobiy fikrlash va marketingni tanlash. Bu xususiyatlarning rivojlanishiga muvaffaqiyat to'g'ridan to'g'ri bog'liq bo'libgina qolmasdan, biznesmen ishining rivoji ham bog'liqdir. Bularning yana biri — odamlarni boshqara olish qobiliyati bo'lib, ijtimoiy ruhiy xususiyat hisoblanadi.

Biznes gullab-yashnashi uchun pul bilan ishlay bilishning o'zi yetarli bo'lmay, odamlar bilan ishlay bilish ham kerak. Yaxshi biznesmen ish muloqoti san'ati sirlarini muntazam egallab borishi lozim. Bu sifatlar biznes bilan shug'ullanayotgan odamda naqadar mushtaraklashib ketishi va uning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirishi haqida tortishish mumkin. Boshqa faoliyat turlarida bo'lgani kabi insonda kasbiy xususiyatlarining ildiz otish me'yori keng miqyosda ro'y beradi, ya'ni yuzakidan yuqori (professional) darajagacha bo'lishi mumkin.

Bu sifatlar o'zgarmas, qotib qolgan, doimiy shakllangan va barqaror ko'rinishda bo'lmaydi. Ular shaklan o'zgarib boradi, bir holatdan boshqasiga o'tadi. Biznesning har bir yangi holatida yangi va o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib boradi. Bu o'zgarishlar dinamikasi bir vaqtning o'zida inson tayyorligi va ichki talabi hamda biznesning o'z shart-sharoitlarini rivojlantirib borishi bilan belgilanadi. Inson o'zining intilishlari bilan faoliyatning bo'lajak talablaridan ilgarilab ketishi yoki ularga bo'lgan munosabatda kech qolishi mumkin. Mana shuning o'zida biznes odamga taklif qilayotgan qattiq qoidalardan biri namoyon bo'ladi: kim ulgurmasa, kech qolgan bo'ladi. Agar biznesmen fikrlash usuli va o'z xulqini, atrofdagi o'zgarishlar darajasiga yetguncha o'zgartira olmasa, uni noqulay oqibatlar kutadi. Turli manbalardan axborot to'plang. Ko'proq biznes-adabiyotlar sotib oling, saytlarda qayd etiling, tadbirkorlikka big'ishlangan teleko'rsatuvlarni tomosha qiling, u yoki bu darajada tadbirkorlikka aloqador odamlar bilan muloqotda bo'ling, turli treninglarga qatnashing.

Imkoni boricha ko'proq ma'lumot va maslahatlardan foydalaning. Keng miqyosdagi, ishonarli axborot va mutaxassislarining

maslahatlari, har qanday biznesni ochish bilan bog‘liq tavakkalchilikni kamaytiradi. Savol bergan javob oladi. To‘g‘ri berilgan maslahat savolning javobidan ustun. Shu sababli sizga konsalting kompaniyalari va ularning maslahatchilaridan ko‘proq axborot olishni tavsiya etamiz.

1.3. O‘z-o‘zini band qilish

Bozor iqtisodiyoti sharoitida o‘z-o‘zini band qilishning afzalliklari va undan kelib chiqadigan cheklolar:

O‘z-o‘zini band qilishning afzalliklari

Tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanish — bu, eng avvalo, o‘z-o‘zini band qilishdir. Bu masala, ayniqsa, bozor sharoitida juda dolzarbdir. O‘z-o‘zini band qilish tamoyillari asosida karyerasini qurishni mo‘ljallaganlar, odatda, quyidagi besh sababdan kelib chiqishadi: shaxsiy qoniqish, mustaqillikka intilish, foyda olish, bandlik kafolati va shaxsiy mavqe.

Shaxsiy qoniqish. Ayrim odamlar uchun o‘ziga ishlash bilan bog‘liq asosiy katta taqdirlanish — bu shaxsiy qoniqish. Shaxsiy qoniqish o‘z hayoti bilan o‘zi xohlagan narsani ijod qilish imkoniyati borligida ifodalanadi. O‘z-o‘zini band qilish sizga har bir ish kunini o‘zingizga rohat bag‘ishlaydigan ishni bajarishga sarflashingizga imkon beradi. Masalan, rasm olishni yaxshi ko‘rsangiz, siz xususiy studiya ochishingiz mumkin. Har safar mijoz o‘z suratidan qoniq-qanida, siz ham o‘z ishingizdan rohatlanasiz.

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

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

Foyda. Odamlar yangi korxonaga tashkil etayotganda, olishni mo‘ljallaydigan asosiy taqdirlanishlardan biri bu foydadir.

Foyda — bu barcha xarajatlarni to‘lagandan keyin qoladigan daromad. Foyda korxonaning egasiga qoladi. O‘z-o‘zingizni band qilib, o‘z daromadingizni boshqara olasiz. Juda ko‘p hollarda korxonaga ko‘proq vaqt va ko‘proq harakat bag‘ishlash kattaroq daromadga aylanadi. Siz boshqa birovlariga ishlaganingizda bunday holat kamdan kam uchraydi.

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

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

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

O‘z-o‘ziga ishlash bilan bog‘liq cheklovlar

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

Investitsiya qilingan sarmoyani yo‘qotish ehtimoli. O‘zini o‘zi band qilish bilan siz investitsiya qilgan sarmoyani yo‘qotish xavfi bog‘liqdir. «Investitsiya qilingan sarmoya» atamasi tadbirkor xususiy korxonani tashkil etganda sarflagan xarajatlarni bildiradi. Odatda, biznesda tavakkalchilik qancha yuqori bo‘lsa, u keltiradigan daromad imkoniyati shuncha ko‘proqdir. Agarda, korxonada yaxshi rivoj-

lanayotgan bo'lsa, foyda katta bo'lishi mumkin. Zero, korxonada omadsizlikka uchrasa, unga investitsiya qilingan sarmoya yo'qotilishi mumkin, tadbirkor o'z hayotining bir qismini, shaxsiy yoki oilaviy jamg'armasini bekorga yo'qotish uchun barcha imkonga ega. Xususiy korxonani tashkil etish uchun qarzga pul bergan bank, ta'minotchilar va shaxslarga to'lovlarni qaytarishga yillar ketishi mumkin.

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

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

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

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

Vaqt. O'z biznesingizni boshlash — jiddiy ish. Dastlabki bir necha yil mobaynida ish ehtimol vaqtingizning ko'p qismini olar. Keyinchalik korxonada egasi tomonidan biznesdagi sidqidillik va shaxsiy manfaatdorlik juda o'zgarishi mumkin. Kichik biznesning ko'plab barqaror korxonalarida kundalik majburiyatlarni boshqaruvchi

yelkasiga yuklash mumkin. Kelajakda biznesga qanchalik shaxsan jalb bo'lishni xohlashingizni va kelajakda (aytaylik, 6 yildan keyin) qanchalik astoydil ishlashingizni aniqlashingiz kerak. Ehtimol, siz o'z biznesingiz ichida to'la yoki qisman bo'lishni istarsiz yoki butunlay chetga chiqishni xohlarsiz.

Odamlar bilan muloqot. Sizga odamlar bilan ishlash yoqadimi yoki hamisha yakka o'zingiz ishlashni istaysizmi? Yoki siz qayerdadir ularning o'rtasida to'xtaysizmi? Kichik biznesda shaxslararo muloqot (aloqa)ning uch turi — iste'molchilar bilan, xodimlar bilan va yetkazib beruvchilar bilan muloqot mavjud. Ko'p kichik korxonalarining egalari xodimlar va yetkazib beruvchilarning muloqotiga e'tiroz bildirishmaydi, chunki mulkdor ularga nisbatan foydaliroq mavqeda turadi. Biroq mulkdor-iste'molchi munosabatlari sizning biznesingiz turiga qattiq bog'liqdir. Masalan, ko'chmas mulkni sotishda hujumkorlik, hatto tajovuzkorlik muhimdir. Agar sizga yakka tartibda sotish yoqmasa, bu narsa talab qilinadigan biznesni tanlamang. Biznesning boshqa ko'plab turlarida sotishga yondashuv ko'proq shaxsdan tashqaridadir.

Chakana savdoda muvaffaqiyat ko'pincha iste'molchi bilan shaxsiy aloqadan ko'ra, yaxshi tovarlarga, maqbul narxlarga va omadli reklamaga bog'liq bo'ladi. Aloqa bo'limi, Internet yoki elektron pochta orqali buyurtma berish shaxs ishtirokisiz savdoning oxirgi misolidir, bunda siz hech qachon iste'molchini ko'rmaysiz (iste'molchi buyurtma beradi, mulkdor tovar jo'natadi).

O'zini o'zi band qilishning tabiati

Daromad. Biznesingiz barqaror rejimga kirishgandan keyin siz oyiga qancha ko'p daromad olmoqchisiz? Siz bir oyda 1,5 mln so'm, 3,5 mln so'm, 5,5 mln so'm yoki ko'proq ishlamoqchimisiz? Bu borada oldindan qaror qabul qilish muhim, chunki biznesning har xil turi har xil daromad ta'minlash imkoniyatiga ega. Daromad nuqtayi nazaridan, tez xizmat ko'rsatish restorani bir imkoniyatga ega, kichik ishlab chiqarish biznesi esa mutlaqo boshqa daromad bera oladi.

O'zingiz uchun daromad ko'rsatkichini juda baland darajada, aytaylik, *oyiga olti mln so'm*, deb belgilash juda ham havas qilgudek bo'lsa kerak. Ko'p bizneslar uzoq muddatli kelajakda juda muvaffaqiyatli bo'lish imkoniyatiga ega, boshqalari esa hech qachon juda katta foyda beradigan bo'la olmaydi. Shaxsiy daromad olish borasida maqsadni belgilashning yo'llaridan biri

quyidagi savolga javob topishdan iboratdir: «Aytaylik, hozirgi paytdan olti yil o'tgandan so'ng men qanday oylik (yillik) daromad olishni xohlayman?»

Mavqe. Odamlar o'z mavqelarini u yoki bu tarzda oshirishga intilishadi. Ammo bizneslarga ham ma'lum mavqe mansub. Obro'li faoliyat sohalari va unchalik obro'ga ega bo'lmagan sohalar mavjud. Masalan, axlat yig'ish obro'li ish emas. Ayrim odamlar o'z bizneslarining mavqeyi baland bo'lishidan juda manfaatdor, boshqalari esa bunga umuman e'tibor berishmaydi. Biznesning u yoki bu turini tanlashingizda, bu mulohaza juda muhim bo'lishi mumkin. Siz uchun mavqeyi umuman qoniqarli bo'ladigan biznesni tanlash kerak.

Odamlar orasidagi aloqalar. Siz odamlar bilan qanchalik yaxshi ishlay olishingiz to'g'risida qanday fikrdasiz? Muloqotdan xursand bo'lasizmi yoki aksincha, doim yakka ishlay olarmidingiz yoki qandaydir o'rtaroqdamisiz? Biznesda amalda uch turdagi asosiy shaxslar orasidagi aloqalar mavjud: iste'molchilar bilan aloqalar, xodimlar bilan aloqalar va ta'minotchilar bilan aloqalar. Kichik korxonalar egalarining ko'pchiligi xodimlar va ta'minotchilar bilan aloqalarga e'tibor berishmaydi, chunki ular bu munosabatlarda ruhiy eng qulay tomonni egallaydilar.

Biznes egalari va iste'molchilar orasidagi munosabatlar esa, biznesning turiga qarab, keng doirada o'zgaradi. Masalan, ko'chmas mulkni sotish, ma'lum darajada shaxsiy jur'atni talab etadi. Agar shaxsiy sotuvlar varianti sizga rohat keltirmasa, usiz bo'lmaydigan biznes turini tanlamang. Ko'p korxonalar shaxs ahamiyati kamroq sotuvlar variantini qo'llashadi.

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

Biznesga vaqtni bag'ishlash. Kichik korxonani barpo etish katta hajmdagi og'ir ish bajarilishini talab etadi. Haqiqatan ham, dastlabki bir necha yil bu sizdan butun uyg'oq vaqtingizni sarflashni talab etadi. Ammo uzoq kelajakda, kichik korxonani egasi tomonidan boshqaruv jarayonlarga kuch bag'ishlash va shaxsan jalb etilish darajasi keng doirada o'zgarishi mumkin.

Ko'pgina barqaror bo'lgan kichik korxonalarda har kunlik boshqaruv faoliyati taklif etilgan menejer zimmasiga yuklatilishi mumkin.

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

Ish vaqti. Ko'pgina kichik korxonalar dushanbadan jumagacha, ertalab soat 9⁰⁰ dan kechki 18⁰⁰ gacha ish grafigini o'zlari uchun qabul qila olishmaydi. Agarda oddiy ish haftasi sizga ko'proq mos keladi, deb hisoblasangiz, biznes turini tanlashda ehtiyotkor bo'lishingiz kerak. Agar siz ishlab chiqarish, ulgurji savdo yoki oddiy ish rejimli biznesning qandaydir boshqa turi bilan shug'ullanmoqchi bo'lsangiz ham, doimo oddiy ish kuni chegarasidan tashqarida bajarilishi kerak bo'lgan ko'pgina ishlar qoladi.

TAYANCH SO'Z VA IBORALAR

Tadbirkor; sarmoya egasi; biznes; biznesmen; mulk egasi; tadbirkorlik subyekti; tadbirkor xususiyatlari; bozor infratuzilmasi; tadbirkorlikning asosiy tamoyillari: foydaga intilish; iqtisodiy erkinlik; iqtisodiy mas'uliyat; iqtisodiy tavakkalchilik; raqobatda qatnashish; tadbirkorlik siri; halollik; nufuz (imij); xususiy mulk; yuqori mehnat qobiliyati; o'z kuchiga ishonish; o'z kelajagini qurish; foyda olishga yo'nalganlik; maqsadga erishishga intilish; tirishqoqlik; omadsizliklarni bartaraf qila olish; qaytma aloqadan foydalanish; tashabbuskorlik; eshitish istagi; o'z-o'zini band qilish; bandlik kafolati; moslashuvchanlik; ish vaqti.



NAZORAT SAVOLLARI

1. Tadbirkorlikning ijtimoiy-iqtisodiy mazmuni qanday?
2. «Biznes» va «biznesmen» so'zlarining iqtisodiy talqini nimadan iborat?
3. Tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qanday shart-sharoitlar talab etiladi?
4. Tadbirkorlikning asosiy tamoyillari nimalardan iborat?
5. Tadbirkorlik salohiyati deganda nimani tushunasiz?
6. Qanday xususiyatlarga ko'ra, tadbirkorlik salohiyati baholanadi?
7. Tadbirkor qanday fe'l-atvoriga ega bo'lishi kerak?
8. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlari qanday omillar ta'sirida shakllanadi?
9. Tadbirkorlik madaniyatining asosiy belgilari nimalarda ko'rinadi?
10. O'z-o'zini band qilish deganda nimani tushunasiz?
11. O'z-o'zini band qilishning afzalliklari va cheklovlari nimalardan iborat?

2-bob. **BIZNES G'OYA — BIZNES ASOSI**

2.1. G'oyalar generatsiyasi

Islohotlarni chuqurlashtirish sharoitida tadbirkorlik kapital, yer va mehnat resurslari bilan bir qatorda, iqtisodiy rivojlanishning muhim omili bo'lib hisoblanadi. Shu sababli, mamlakatimizda mustaqillik yillarida aholining tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga doimo katta e'tibor berilib kelinmoqda. Tadbirkorlik mamlakatimizning siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy barqarorligini ta'minlashda, aholi bandligi muammosini ijobiy hal etishda asosiy o'rin egallaydi. Buni rivojlangan mamlakatlar bosib o'tgan yo'l misolida ko'rish mumkin. Xorijiy iqtisodchi olimlar mamlakatlar iqtisodiyotida tadbirkorlikning o'ziga xos xususiyatlarini ilmiy jihatdan tahlil qilib, tadbirkorlikning nazariy asoslarini yaratishgan. Ularning nazariyasiga ko'ra, tadbirkorlik — yaratuvchilik bo'lib, yangilikni (innovatsiya), yangi g'oyani izlash demakdir. Tadbirkor — yangilik yaratuvchi va shu orqali iqtisodiy o'sishni ta'minlovchi, jamiyatni harakatlantiruvchi shaxs sifatida e'tirof etiladi.

Mamlakatimizda bozor iqtisodiyotiga qadam qo'yish davridan boshlaboq iqtisodiyotda, jumladan, uning agrar sektorida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga huquqiy asoslar yaratildi. Bu to'g'risida bir qator qarorlar, farmonlar (jumladan, «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi va boshq.) qabul qilindi. Yaratilgan huquqiy asoslar va kafolatlar qishloq joylarida yangi agrar munosabatlarni, dehqonlarni yerga, ishlab chiqarish vositalari va o'z mehnati natijalariga egalik hissini qaror toptirish maqsadlariga qaratilgan.

Tadbirkorlik insoniyat taraqqiyotining iqtisodiyotga bog'liq bo'lgan ajralmas bir bo'lagidir. Tadbirkorlik tarixi inson uchun zarur bo'lgan savdo-sotiq, xizmat ko'rsatish, iste'mol tovarlari hamda xizmatlar, sanoat mahsulotlari va umuman, moddiy ne'matlar ishlab chiqarish tarixi bilan chambarchas bog'liq bo'lganligi uchun tadbirkorlik bilan fan, texnika va xo'jalik yuritishning turli sohalarida faoliyat yurituvchi yirik olimlar, ixtirochilar, konstruktorlar, muhandislar, agronomlar, iqtisodchilar taqdiri qo'shilib ketgan.

Hozirgi kunda tadbirkorlik ko'p qirrali bo'lib, uning shakl-u shamoyili va ustuvorliklari obyektivlik kasb etadi. Qayd etish mumkinki, tadbirkorlikning tubdan rivojlanishiga dunyo miqyosida yuz bergan quyidagi voqealar sabab bo'ldi:

XVII—XVIII asrlarda Yevropadagi Uyg'onish davri va XX asr o'rtalarida yuz bergan ilmiy-texnik inqilob ishlab chiqarishning moddiy-texnik va texnologik asosini o'zgartirib, savdo-sotiq va xalqaro aloqalarning rivojlanishiga keskin ta'sir qildi. Ilm-fan bevosita ishlab chiqarish kuchiga aylangan holda butun dunyo rivojlanishini ta'minlovchi yetakchi kuch bo'lib qoldi. Mutaxassislarning fikricha, aynan shu davrga kelib, tadbirkorlik va ilm-fanning qo'shilishi yuz berib¹, yirik kompaniya va korporatsiyalarning faoliyatida «ilmiy-texnik taraqqiyot»ning yangi davri boshlandi. Natijada ishlab chiqarish kuchlarini rivojlantirish va samaradorligini oshirish uchun misli ko'rilmagan darajadagi imkoniyatlar ochildi.

Tadbirkorlik yangi texnologik darajaga erishish yo'lida sakrashni amalga oshirib, jahon ilmiy-texnik taraqqiyoti va sanoatlashgan iqtisodiyotda mustahkam o'ringa ega bo'ldi. Shu paytgacha qadar ilm-fanni moliyalashtirish, asosan, davlatning vazifasi bo'lib kelgan, ammo ilmiy-texnik taraqqiyot juda katta mablag'larni talab etganligi uchun ham bu boradagi munosabatlar erkinlashtirilmoqda. Shuning uchun ham AQSH, Yevropa mamlakatlari va Yaponiya yuqori darajada rivojlangan bozor iqtisodiyoti sharoitlarida korporativ ilm-fan taraqqiyoti davrini boshdan kechirishyapti. Ya'ni yirik korporatsiyalar raqobat kurashida ilm-fanning ahamiyatini anglab yetib, ilmiy tadqiqot va konstruktorlik ishlarini moliyalashda o'z mablag'larini ayamaydi. Dunyoning deyarli barcha yetakchi konsernlarida yirik ilmiy markazlar tashkil etilgan. Tadbirkorlik, biznes va ilm-fanning birligi haqiqatga aylanib bormoqda.

Tadbirkorlikning kuchi kapitalning qudratiga va layoqatiga bog'liq. Demak, kapital sifatida qaralishi mumkin bo'lgan firmaning samarali faoliyati jamiyat kapitali qudratidan oqilona foydalanish imkoniyatini beruvchi shart-sharoitlarga bog'liq ekan. Buni bozor iqtisodiyotining erkinligi, deb atash mumkin.

Jamiyatda faoliyat yurituvchi firmalar manfaatlari o'xshash bo'lib, bu hol firmalar o'rtasidagi o'ziga xos birlikni ta'minlaydi

¹ *A.A. Демин. Лидеры мирового бизнеса. Очерки. СПб., изд-во С.-Петербург. ун-та, 2003, стр. 183.*

hamda tadbirkorlikning falsafasi va xulqini belgilab beradi. Ushbu manfaatlar qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin: bozor iqtisodiyoti, xususiy mulkchilik va tadbirkorlik erkinligini saqlab qolishga harakat qilish. Firmalarning raqobatchilik muhiti talablaridan kelib chiquvchi xususiy manfaatlar esa chegara bilmas darajada ko'pdir.

Firmalar o'zlarining mulkchilik, tariflar, baholar bilan bog'liq manfaatlarini himoya qilish hamda ilmiy-innovatsion, ishlab chiqarish, harbiy-iqtisodiy, ijtimoiy va boshqa sohalarga oid muammolarni hal qilish uchun turli xil korporatsiyalar, uyushmalar, ittifoqlar, strategik alyanslar, moliyaviy-ishlab chiqarish guruhlarini, davlat-korporativ majmualariga birikib, o'ziga xos himoya muhitini hosil qilishadi. Ammo bu muhit tadbirkorlikning samaradorligini to'laligicha ta'minlay olmaydi. Chunki iqtisodiyotning eng yirik va asosiy institutlaridan biri sanalmish davlatning aralashuvisiz, uning ko'magi va tartibga soluvchi mexanizmlarisiz o'tish davrini boshidan kechirayotgan iqtisodiyotda resurslardan oqilona foydalanish orqali jamiyat boyligini muttasil ko'paytirib borish imkoniyatini beruvchi tadbirkorlik muhitini yaratib bo'lmaydi.

Tadbirkorlikni iqtisodiyotda faoliyat yurituvchi firmalar deb tasavvur qilinsa, unda firma, ya'ni tadbirkorlik, uy xo'jaligi, resurslar (yoki resurslar bozori) va davlatning tartibga solish mexanizmlarini amaliyotga joriy etuvchi institutlar birligini iqtisodiyot sifatida tasavvur etish mumkin. Iqtisodiyotning bunday ko'rinishi mamlakat xo'jalik yuritish tizimida tadbirkorlikning o'rnini aniqlash imkoniyatini beradi. Tadbirkorlik xo'jalik yuritishning muhim instituti sifatida iqtisodiyot subyektlari bilan o'zaro munosabatlar qobig'ini hosil qilib, ma'lum bir shart-sharoitlar doirasida faoliyat yuritadi (2.1.1-jadval).

2.1.1-jadval

Tadbirkorlik tuzilmalari tasnifi

Tadbirkorlik tuzilmasi	Tasnifi
Yakka tartibdagi tadbirkor	Yakka tartibdagi tadbirkor deganda, yuridik maqomga ega bo'lmagan holda tadbirkorlik faoliyatini yurituvchi fuqarolar tushuniladi. Ular xohishiga ko'ra, ayrim hollarda qonunchilik talabi bilan bankda hisob raqamlariga ega bo'lishlari mumkin. Ular, asosan, davlat soliq inspeksiyasida ro'yxatga olinadi.

Xususiy korxonona (firma)	Xususiy korxonaning egasi bir shaxs bo'lib, u yakka holda mulkka egalik qiladi, uni tasarruf etadi, daromad oladi va o'zining tadbirkorlik faoliyati natijalari bo'yicha to'liq moddiy mas'uliyatli hisoblanadi. Ular davlatning vakolatli organlari tomonidan ro'yxatga olinadi.
Hamkorlikdagi tadbirkorlik tuzilmasi (jamiyat va shirkatlar)	Bunday korxonalarda ikki va undan ortiq shaxslar o'z kapitalini hamkorlikda tadbirkorlik faoliyati yuritish uchun birlashtirib, o'zlari ham korxonaning ishida ishtirok etishlari mumkin. Hamkorlikdagi korxonalar ichida shirkatlar va jamiyatlar farqlanadi. Jamiyatda kapital birlashtirilganligi bilan ta'sischi korxonalar faoliyatida shaxsan ishtiroki talab etilmaydi. Yana bir farqli jihat — bu jamiyat bir shaxs tomonidan ham tuzilishi mumkinligidir.
Aksiyadorlik jamiyatlari	Aksiyadorlik jamiyatlari mas'uliyati cheklangan korxonalar shakliga ega bo'lib, uning kapitali aksiya hamda obligatsiyalarni chiqarish va sotish orqali cheklanmagan miqdordagi individual kapitalni birlashtirish natijasida tashkil etiladi. Aksiyadorlik jamiyatlari nafaqat aksiya chiqarish yo'li bilan, balki davlat korxonalari negizida ham tashkil etilishi mumkin. Aksiyadorlik jamiyatida uning mulkdorlari — aksiyadorlar va boshqaruvchilar o'rtasida mehnat taqsimoti mavjud bo'ladi.

Ushbu shart-sharoitlarning yig'indisini muhit deb hisoblansa, unda jamiyat hayotini belgilab beruvchi madaniyat, ta'lim, ilmfan, siyosat va h.k.larning ta'siri ostida bu sharoitlarning chegarasi belgilanadi.

Tadbirkorlik bozor iqtisodiyoti sharoitida bu qadar ahamiyatli bo'lsa, demak, tadbirkorlikni boshlashdan oldin qilinadigan ishlarni aniq tasavvur qilish imkoniyatiga ega bo'lish lozimdir. Buning uchun tadbirkor bo'laman degan shaxsda o'z g'oyasi bo'lishi talab etiladi. Xizmat ko'rsatishga, ishlab chiqarishga yoki savdoga yo'naltirilgan g'oyasi orqali tadbirkor shaxs har qanday tavakkalchiliklarni yengib o'tib, maqsadi sari harakat qilishi lozimdir. Boshqa g'oyalardan farqli ravishda, tadbirkorlik g'oyasini turlicha ta'riflash mumkin. Eng ommaviy ravishda e'tirof etiladigan ta'riflardan biri sifatida tadbirkorlik g'oyasi quyidagicha ta'riflanadi.

G'oyalar generatori (lotincha — ishlab chiqaruvchi) — inson aqli va qobiliyatini tavsiflovchi shaxsning sifati bo'lib, begona g'oyalarni umumlashtirib va uyg'unlashtirib, o'zining

original g'oyasini ishlab chiquvchi. G'oyalar generatori original g'oyani hisobga olgan holda, axborotlarni qayta ishlab yangisini, yanada unumlisini taklif etadi.

Tadbirkorlik g'oyasi — bu odam (bir nechta shaxs)ning yoki tashkilotning o'z atrofida (bozorda, ular yashaydigan jamoa) aniqlangan bir muammoni original usulda yechish yoki anglangan ehtiyojlarni qondirish zaruratiga javob reaksiyasidir.

Tadbirkorlik g'oyasi — bu odamning o'z oldiga qo'ygan maqsadiga eltuvchi fikrlar jamlanmasidir, ya'ni strategiyani amalga oshirishdagi taktik harakatlarning yig'indisi bo'lib hisoblanadi.

Hayotda har bir kishining qandaydir maqsadi bo'ladi. Insonlar ko'proq yaxshi yashashni, maqbul joylarda ishlashni va badavlat bo'lishni orzu qilishadi. Maqsadlarga erishishda, asosan, boylik ham muhim ahamiyat kasb etganligi bois har bir kishi turli xil faoliyat yuritish bilan unga erishishga harakat qiladi. Insonni o'z maqsadiga erishishda eng maqbul yo'lni tanlay bilishi (o'qituvchi, muhandis, sotuvchi) ham tadbirkorlikning bir ko'rinishidir. Chunki bu bilan u o'ziga eng qulay bo'lgan daromad topish yo'lini izlaydi. Buni insonning hayotda o'z yo'lini tanlay bilishi bilan bog'lash mumkin. Shuning uchun tadbirkorlik — bu aynan savdodagi faoliyat emas, balki davlatning soliq yukini kamaytirish yo'li orqali soliq to'lovchilar sonini yanada ko'paytirishga erishishi, korxonalar rahbari xodimlar holatiga qarab, moddiy va ma'naviy rag'batlantirishi natijasida samaradorlikni oshirishi, «Spark» rusumli avtomashinaning egasi mashinani gazlashtirishi kabilar ham o'z kasb sohasidagi tadbirkorlik shakli bo'lib hisoblanadi. Inson qaysi sohada bo'lmasin, yaxshi natijaga erishishi uchun, avvalo, unda g'oya bo'lishi lozim.

Yaxshi tadbirkorlik g'oyasi — bu muvaffaqiyatli korxonalar tashkil etishning muhim tarkibiy qismi, aniqrog'i, dastlabki bosqichi. Yaxshi tadbirkorlik g'oyalari, odatda, o'z-o'zidan paydo bo'lmaydi. Aksincha, ular mashaqqatli mehnat, tinimsiz harakatlar va, hattoki, tadbirkor tomonidan g'oyalarni yaratishda, ochilayotgan imkoniyatlarni aniqlash va baholashda ijodkorlik namoyish etilishining natijasidir.

2.2. Biznes konsepsiyasi. Biznes g'oyalarni izlash va tanlash manbalari

Har bir ishning asosida g'oya yotadi. Yaxshi tadbirkorlik g'oyasi muvaffaqiyatli biznes tuzish va keyingi raqobatbardoshlikda juda muhim hisoblanadi. Yaxshi g'oyalarni izlash — tadbirkorning

orzulari va ijodiy salohiyatini real gullab-yashnaydigan biznesga tatbiq etish yo‘lidagi dastlabki qadam.

Biznesingiz uchun sinchkovlik va hafsala bilan g‘oya tanlangach, biznes konsepsiyasi — asosiy holatlarning qisqa va juda aniq tushunchasini aniqlash kerak. Biznes konsepsiyasini rivojlantirish uchun siz quyidagi savollarga javob berishingiz kerak bo‘ladi.

1. Qanday tovar yoki xizmat ko‘rsatishni taklif etasiz. Siz nimani yaxshi bajara olasangiz, bu o‘sha narsa bo‘ladi. Balki qaysidir sohada ishlash tajribangiz, o‘quv jarayonidagi olgan ko‘nikmalaringiz, qiziqish sohangiz bilan bog‘liq tajribalaringiz bor bo‘lishi mumkin.

2. Ularni siz kimga taklif etasiz. Sizning iste‘molchilaringiz oddiy odamlardan tortib katta kompaniyalargacha bo‘lishi mumkin. Siz o‘z tovarlaringizni kichik bir shaharchada sotishingiz yoki butun mamlakat miqyosida realizatsiya qilishingiz mumkin. Sizning tovar yoki xizmat ko‘rsatishlaringizga kimda ehtiyoj borligini va kim sizning potensial mijozingiz bo‘lishini bilish juda muhim.

3. Tovar va xizmat ko‘rsatishni qanday sotmoqchisiz? Siz ularni bevosita mijozlarga yoki vositachilarga realizatsiya qilasiz. Sizda xizmat ko‘rsatish va boshqalarni taklif etish uchun do‘kon yoki salon bo‘ladi.

4. Salohiyatli xaridorlarning qanday ehtiyojlarini qondira olasiz? Siz iste‘molchilaringizga nima kerakligini aniq bilishingiz kerak. Sizning biznesingizga talabning bo‘lgani juda muhim.

*O‘z faoliyatini endi boshlagan tadbirkorga
bir necha maslahatlar*

- Siz shug‘ullanmoqchi bo‘lgan ish sizga tanish bo‘lishi kerak;
- Bir kishiga muvaffaqiyat keltirgan biznes boshqa bir kishiga muvaffaqiyat keltirmasligi mumkin;
- Mahalliy xomashyo, resurs va materiallarga asoslangan ishlab chiqarishni yo‘lga qo‘ygan odamning muvaffaqiyat qozonishga imkoniyati ko‘proq;
- Qonun bilan taqiqlanmagan narsaning barchasini qilish mumkin;
- Xatolardan o‘rganishadi, biroq yaxshisi, boshqalarning xatolaridan saboq olgan ma‘qul;
- Boshlayotgan ishingiz sizning qiziqishlaringizga bog‘liq bo‘lgani yoki ularning davomchisi bo‘lgan bilimlaringiz saviyasiga mos kelgani yaxshi.

Biznes konsepsiyasini tuzishga misollar

1 - misol. Shavkat qarshi shahrida yashaydi. Bu yili u Maishiy xizmat va servis kollejini tamomlab, o'z biznesini boshlamoqchi. Shavkat o'z ishini yaxshi biladi, shuning uchun u aholiga maishiy xizmat ko'rsatishni amalga oshirish bo'yicha firma ochmoqchi bo'ldi. O'z biznesining konsepsiyasini tuzar ekan, Shavkat quyidagilarni aniqladi:

Biznes konsepsiyasi

Biznesning nomi: Maishiy xizmat ko'rsatish firmasi.

Faoliyat turi (tegishli satrni to'ldiring)

- mahsulotlarning quyidagi turlarini ishlab chiqarish _____
- quyidagi xizmat turlarini ko'rsatish: maishiy xizmat
- quyidagi turdagi do'konni ochish _____
- ulgurji savdoning quyidagi turi _____

Ko'zda tutilgan iste'molchilar: Qarshi shahrining aholisi, korxonalar.

Sotish usuli: iste'molchilar qo'ng'iroq qilib ustalar va mutaxassislarni uyga chaqiradilar yoki firmaning ofisiga keladilar.

Quyidagi talab va ehtiyojlarni qondirish: qarshi shahri aholisining elektrik, santexnik, farrosh, maishiy texnikani ta'mirlash ustasi, binolarni ta'mirlash ustasi va h.k.lar xizmatiga bo'lgan ehtiyojlari.

2 - misol. Farhod Buxoro avtomobilsozlik kasb-hunar kollejida o'qiydi. O'qishini yakunlagach, u o'z ishini yo'lga qo'yish niyatida. Shaharda avtoservislar kamligi tufayli Farhod shunday ustaxonani ochmoqchi. O'qishni tugatgach, buni amalga oshirish uchun unda yetarli bilim va ko'nikma hosil bo'ladi. Bundan tashqari, mana ikkinchi yil o'qishdan tashqari vaqtda u avtochilangar bo'lib ishlab kelmoqda.

Eng avvalo, Farhod o'z biznes konsepsiyasini tuzdi:

Biznes konsepsiyasi

Biznesning nomi: Maishiy xizmat ko'rsatish firmasi.

Faoliyat turi (tegishli satrni to'ldiring):

- mahsulotlarning quyidagi turlarini ishlab chiqarish _____
- quyidagi xizmat turlarini ko'rsatish: avtomobillarni ta'mirlash
- quyidagi turdagi do'konni ochish _____
- ulgurji savdoning quyidagi turi _____

Ko'zda tutilgan iste'molchilar: buxorolik avtohavaskorlar.

Sotish usuli: iste'molchilar avtoustaxonaga keladi.

Quyidagi talab va ehtiyojlarni qondirish: avtohavaskorlarga avtomobillarni ta'mirlash bo'yicha malakali mutaxassislar va yaxshi servis talab etiladi.

Yaxshi g'oyaning izlab topilishi — bu tadbirkorning orzu va ijodiy qobiliyatlarini tadbirkorlikdagi imkoniyatga aylantirish va uni amalga oshirish orqali muvaffaqiyatga erishishdagi birinchi qadamdir.

Ammo ikki narsani esda saqlash kerak:

a) tadbirkorlik g'oyasi dastlabki bosqich bo'lsa-da, u — faqat vositadir;

b) g'oyaning o'zi eng yaxshi g'oya bo'lsa ham, muvaffaqiyatga erishish uchun yetarli emas.

Boshqacha qilib aytganda, o'zining juda muhimligiga qaramasdan, g'oya hali faqat rivojlantirilishi va to'laqonli ishga aylantirilishi lozim bo'lgan vositadir.

Tadbirkorlik g'oyasining muhimligi yuqoridagi ta'riflardan ma'lum bo'lishicha, u tadbirkorni o'z maqsadi sari yetaklaydi. Shu sababli, eng optimal tadbirkorlik g'oyalarni topish va shakllantirishning quyidagi sabablarini ko'rsatishimiz lozim:

- bozorning ehtiyojlariga javob berish;
- tovar usulini va unga nisbatan talablarni o'zgartirish;
- raqobatbardosh bo'lib qolish;
- texnologiyani rivojlantirish uchun, tovarni yaxshiroq ishlash;
- chiqarilayotgan mahsulotning hayotiy aylanishiga rioya etish;
- tavakkalchilikni taqsimlash va omadsizlik natijalarini yumshatish;
- iqtisodiy qiymat barqarorligini ta'minlash.

Agar tadbirkorlik g'oyalari biznesni boshlash uchun shu qadar ahamiyatli bo'lsa, uni shakllantirish va uning manbalarini qidirib topish talab etiladi. G'oyalarning manbalari sifatida, avvalambor, shaxsning o'z bilim va ko'nikmalari, hayotiy tajribasi va mavjud muhit hisoblanadi.

Butun dunyodagi millionlab tadbirkorlar va ularning muvaffaqiyatlari tadbirkorlik g'oyalarning ko'pgina potensial manbalari borligidan dalolat beradi. Ayrim eng foydalilari quyida bayon etilgan.

Tadbirkorlik g'oyalarning manbalari

Tadbirkorlik g'oyasining ko'plab salohiyatli manbalari mavjud. Bunga millionlab tadbirkorlar va ularning gullab-yashnayotgan kompaniyalari misol bo'la oladi. Masalan:

- qiziqishlar/shaxsiy manfaatlar;
- shaxsiy ko‘nikmalar va tajriba;
- franshiza (boshqa firma mahsulotini ishlab chiqarish va sotish huquqi);
- ommaviy axborot vositalari (gazetalar, jurnallar, televideniye, Internet);
- ko‘rgazmalar;
- tadqiqotlar;
- shikoyatlar;
- aqliy hujum;
- ijodkorlik va h.k.

Qiziqishlar/manfaatlar. Xobbi (qiziqish) — bu bo‘sh vaqtda xohish bo‘yicha bajariladigan mashg‘ulot yoki faoliyat. Ko‘pgina odamlar o‘z qiziqishlari bilan shug‘ullanish jarayonida yoki manfaatlarini qondirish orqali tadbirkorlikka kirishgan. Agarda siz, misol uchun, kompyuter o‘yinlari yoki noan‘anaviy retseptlar bo‘yicha taom tayyorlash, musiqa, sayohat, sport yoki san’atning ijro turlari (qo‘shiq, drama va h.k.) va faoliyatning ko‘pgina boshqa turlaridan lazzat olsangiz, siz ularni ko‘pincha to‘laqonli tadbirkorlikda rivojlantirishingiz mumkin. Masalan, agar siz sayohat, san’atning ijro turlaridan lazzatlansangiz va mehmonlarni qabul qilishni xush ko‘rsangiz, siz jahon iqtisodiyotining eng yirik sohalaridan biri bo‘lgan turistik tadbirkorlik bilan shug‘ullanish imkoniyatini ko‘rib chiqishingiz mumkin.

Shaxsiy ko‘nikmalar va tajriba. Muvaffaqiyatli korxonalariga asos bo‘lgan g‘oyalarning qariyb yarmi ish joyida yig‘ilgan tajribadan kelib chiqqan; katta garajda ishlagani tufayli tajriba orttirgan va shuning natijasida avtomobillarga texnik xizmat ko‘rsatish uchun o‘zining shaxsiy stansiyasini ochishga qaror qilgan yoki avtomobilni o‘z tadbirkorligida ishlatayotgan avtochilangar bunga misol bo‘la oladi. Shunday qilib, tadbirkorning shaxsiy xususiyatlari (orttirilgan ko‘nikmalar ham bunga kiradi), tadbirkorlik bilan shug‘ullanish to‘g‘risida qaror qabul qilishda hamda korxonaning turini tanlashda juda muhim rol o‘ynaydi.

Franshiza. Tanilgan savdo markasiga ega bo‘lgan mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqaruvchi yoki yagona distributerining (litsenziya egasi) mustaqil chakana sotuvchilarga bu tovar yoki xizmatni, litsenziya egasiga tegishli kompensatsiya to‘lanishi, ishlash standartlari esa bu korxonaning standartlariga mos bo‘lishi evaziga, mahalliy tarqatishga alohida huquqni berish to‘g‘risidagi

litsenziya bitimi franshiza deb ataladi. Franshiza turli xil shaklga ega bo'lishi mumkin, lekin litsenziya egasi o'z nomi, imiji, tadbirkorlikni olib borish usuli va o'z ish jarayonlarini taqdim etadigan shakli — eng qiziqarli shakllardan biridir.

Ommaviy axborot vositalari. Ommaviy axborot vositalari (mass-media) juda katta axborot, g'oyalar va ko'pgina hollarda, korxonani barpo etish uchun bevosita qulay imkoniyatlar manbayidir. Gazetalar, jurnallar, televideniye, hozirda esa Internet ham — bularning barchasi ommaviy axborot vositalariga misoldir. Masalan, gazeta va jurnallardagi tijorat e'lonlarini diqqat bilan ko'rib chiqsangiz, sotiladigan korxonaga to'g'risida ma'lumot topishingiz deyarli aniq. Bunday taklifga javob, tadbirkorlikka kirish yo'lidan biri bo'lishi mumkin.

Ko'rgazmalar. Xususiy korxonani rivojlantirish uchun g'oyalar topsa bo'ladigan joylardan yana biri — ko'rgazmalar va savdo yarmarkalari. Odatda, ularning o'tkazilishi radio yoki gazetalarda yoritiladi.

Bunday ko'rgazmalarda muntazam qatnashib, nafaqat yangi tovarlar va xizmatlardan xabardor bo'lasiz, balki savdo vakillari, ishlab chiqaruvchilar, ulgurji savdogarlar, distributorlar va franshiza egalari bilan ham uchrashasiz. Bu — tadbirkorlik g'oyalari, axborot va xususiy korxonani tashkil etishda ko'makning ajoyib manbalari. Balki ulardan ayrimlari sizga o'xshagan tashabbuskor tadbirkorni izlayotgandir.

Tadqiqotlar. Kichik korxonani barpo etganda, manfaatlarining markaziy nuqtasida iste'molchi bo'lishi kerak. Mahsulot yoki xizmatni yaratishga asos bo'ladigan iste'molchining ehtiyoj-xohishlari kuzatuv va tadqiqotlar orqali aniqlanishi mumkin. Bunday tadqiqotlar norasmiy yoki rasmiy, odamlar bilan suhbat o'tkazish (anketa to'ldirish yoki intervyu usullari qo'llanadi) va/yoki kuzatuvlar orqali bajarilishi mumkin.

Siz oila a'zolari yoki do'stlar bilan gaplashishdan boshlab, hozirgi paytda bozorda mavjud bo'lmagan narsadan nima ularga zarur, nimani xohlashlari to'g'risida qanday fikrda ekanliklarini aniqlash mumkin. Yoki, misol uchun, agarda mavjud bo'lgan mahsulot yoki xizmatlardan ularda qoniqish bo'lmasa, ular shu narsalarda qanday yaxshi o'zgarishlar bo'lishini xohlashar edi. Shundan so'ng taqsimot tizimining qismlari, ya'ni ishlab chiqaruvchilar, ulgurji savdogarlar, distributorlar, chakana sotuvchi va agentlar bo'ladigan odamlar bilan suhbatlashishni boshlashingiz mumkin.

Suhbatlardan oldin bir qator savollarni ishlab chiqib, anketa shaklida tayyorlash yoki intervyularda foydalanish foydali bo'lar edi. Xaridorlar bilan yaqin aloqada bo'lgan taqsimot tizimi vakillari xaridorlar nimani istashlarini va sotuvda nima yo'qligini yaxshi bilishadi. Va nihoyat, imkoni boricha ko'proq hozirgi va bo'lg'usi xaridorlar bilan suhbatlashishingiz lozim. Qancha ko'p axborot to'plasangiz, shuncha yaxshi.

Shikoyatlar. Xaridorlarning shikoyat va qoniqmasliklari ko'pgina yangi tovar va xizmatlar paydo bo'lishiga olib kelgan. Har safar xaridor yoki iste'molchilar u yoki bu tovar yoxud xizmatning kamchiliklari xususida shikoyat qilganda, qolaversa, kimdandir «Men buni ... bo'lishini xohlar edim» yoki «Agarda, shunday ... bo'ladigan tovar (xizmat) bo'lganda edi», borasidagi e'tirozlarni eshitganingizda, tadbirkorlikda amalga oshirsa bo'ladigan g'oyani o'z qo'lingizga kiritasiz. Bu g'oya faoliyat yuritayotgan korxonaga bilan raqobat qiladigan va yaxshiroq mahsulot yoki xizmatni taklif etadigan firmani tashkil etishgan holda yangi mahsulot yoki xizmatni barpo etib, uni ishlab turgan korxonaga va (yoki) barcha xohlovchilarga sotishdan iborat bo'lishi mumkin.

Aqliy hujum. Aqliy hujum — bu muammolarni ijodiy yechish hamda yangi g'oyalarni yaratish usuli. Aqliy hujumning maqsadi imkoni boricha ko'p g'oyalarni taklif etishdan iborat.

Aqliy hujum, odatda, muammo yoki masalani qo'yishdan boshlanadi. Misol uchun quyidagi savolni qo'yishingiz mumkin: «Hozirgi paytda bozorda mavjud bo'lmagan qaysi mahsulot yoki xizmatlar uy-ro'zg'orimizga zarur?» Har bir g'oya qo'shimcha bir yoki bir necha g'oyalarni olib keladi va buning natijasida ko'pgina yangi g'oyalar beradi.

Bu usulni qo'llaganda, siz to'rt qoidaga rioya etilishini ta'minlashingiz lozim:

- boshqalarning g'oyalarini tanqid qilmang va ular haqida o'z xulosangizni chiqarmang;
- erkin g'oyalar oqimiga ko'maklashing, dastlab g'ayrioddiy va aqlga sig'maydigan, deb tuyiladigan g'oyalar olqishlanadi;
- g'oyalarning ko'pligi istalgan natijadir: g'oyalar qancha ko'p bo'lsa, shuncha yaxshi;
- boshqa qatnashchilar g'oyalarini yaxshilash va ularni kombinatsiya qilish yo'li bilan yangi g'oyalarni taklif eting.

Tadbirkorlik g'oyalarning tug'ilishiga yuqoridagi sabablar bilan bir qatorda, avvalo, tadbirkorning o'zi ham bilimli, o'z

faoliyat doirasini, atrof-muhitni, shart-sharoitlarni yaxshi biladigan va tahlil qila olish qobiliyatiga ega bo'lishi lozimdir. Chunki g'oya bo'lgani bilan uni bir me'yorga keltirish va amalga oshirish ham tadbirkorlikning bir ko'rinishidir.

Ijodkorlik. Ijodkor shaxs bo'lish uchun, o'z aql-idroki va ko'zingizni tashqi dunyoga nisbatan ochiq holda saqlashingiz lozim.

Ijodkorlik nima? Ijodkorlik deganda, konstruksiyani ishlash, yangi shakl berish, yasash yoki boshqa biror ishni noan'anaviy, ma'lum bo'lgan usullardan farq qiladigan usulda amalga oshirish qobiliyati tushuniladi.

Ehtiyojlar (muammolar)ni ijodkorlik bilan qondirish (yechish) va bu yechimlar natijalarining samarali marketingini ta'minlash qobiliyati ko'pincha muvaffaqiyatli va omadsiz tadbirkorlik farqini tashkil etadi. Tez o'sayotgan va rivojlanayotgan kompaniyalar oddiy o'rta hol firmalardan, shunday qobiliyati borligi bilan farq qiladi. Amaldagi muvaffaqiyatli tadbirkor yangi mahsulot va xizmatlarni tanlash, ochilayotgan tadbirkorlik imkoniyatlarini aniqlashga ijodkorlik bilan yondashadi.

Ijodkor shaxs g'oyalar manbalari bilan quyida bayon etilganidek, loyiq usullardan foydalanib, ishlashi lozim. Undan keyin, barcha g'oyalar, qanchalik ular mantiqsiz yoki aqlga sig'maydigan tuyilmasin, yozib borilishi lozim. Nima uchun siz tadbirkorlik g'oyalarini o'ylab topishingiz kerak? Ishlayotgan tadbirkorlar yoki kelajakda tadbirkor bo'lishi mumkin bo'lganlar tadbirkorlik g'oyalarini o'ylab topishi kerakligiga ko'pgina sabablar mavjud. Mana bu sabablarning ayrimlari:

- tadbirkorlik bilan shug'ullanish uchun sizga yaxshi g'oya kerak. Yuqorida bayon etilganidek (bu mavzuning muhimligi va zarurligi asoslangan joyda), yaxshi tadbirkorlik g'oyasi muvaffaqiyatli korxonani tashkil etish hamda keyinchalik uning raqobatbardoshligini saqlab turish uchun ancha muhimdir;

- bozor ehtiyojlariga javob berish zarurligi. Bozorlar, asosan, o'z qondirilishini kutayotgan ma'lum ehtiyojlar va xohishlarga ega bo'lgan iste'molchilardan iborat. Ehtiyojlar va xohishlarni qondirish qobiliyatiga ega bo'lgan odamlar yoki firmalar tegishli mukofot olishadi;

- tovar stilini va unga nisbatan talablarni o'zgartirish zarurati tadbirkorlarga yangi paydo bo'layotgan talabga — xaridorbop g'oyalar taqdim etish, xaridorbop tovarlar ishlab chiqarish va xaridorbop xizmatlar taklif etish bilan javob qaytarish imkonini beradi;

• raqobatbardosh bo‘lib qolish zarurati. Unutmang, agarda siz xaridorbop g‘oyalar yaratish, xaridorbop tovarlar ishlab chiqarish va xaridorbop xizmatlar taklif etish haqida vaqtida bosh qotirmasangiz, bu ishni raqobatchi qiladi. Boshqalardan farq qilish yoki ulardan yaxshiroq bo‘lish — siz uchun asosiy masala;

• tovarni xaridorgir qilish uchun texnologiyani rivojlantirish zarurati. Tez sodir bo‘layotgan o‘zgarishlar firmalarga doimiy asosda yangiliklarni tatbiq qilishni taqozo etayotgan hozirgi zamon bozorlarida, texnologiya raqobatbardoshlikni ta‘minlashning eng muhim vositasi bo‘lib qoldi. Dunyoda, jumladan, elektronika va murakkab maishiy texnika sohasida ishlayotgan, har oyda o‘nlab yangi mahsulotlarni bozorga chiqarayotgan bir nechta kompaniyalar mavjud. Zamonaviy global bozorlarda faoliyat yuritayotgan shu va ko‘pgina boshqa kompaniyalar uchun tadbirkorlik g‘oyalarini yaratish — juda muhim omildir;

• chiqarilayotgan mahsulotning hayotiy aylanishiga rioya etish zarurati. Barcha mahsulotlarning xizmat qilish muddati cheklangan. Mahsulotning hayotiy aylanishi diagrammasida ko‘rsatilganidek, hattoki, yangi mahsulotlar ham qachondir eskiradi va zamonaviy bo‘lmay qoladi. Shunday ekan, yangi mahsulotlarni yaratish va ishlab chiqarishni ko‘paytirishni rejalashtirish zarurati yaqqol ko‘rinadi. Korxonaning rivojlanishi va o‘sishi uning bozorga yangi mahsulotni taqdim etish hamda uning ishlab chiqarilishini ko‘paytirishga erishish qobiliyatiga bog‘liqdir;

• tavakkalchilikni taqsimlash va omadsizlik natijalarini yumshatish zarurati. Bozorga chiqarilayotgan yangi mahsulotlarning 80 % dan ortig‘i raqobatbardosh bo‘lmay qolishi (omadsizlikka uchrashi), mahsulotning hayotiy aylanishi konsepsiyasi bilan uzviy bog‘liqdir. Shuning uchun korxonalar o‘z tavakkalchiliklarini taqsimlashga harakat qilishlari va doimo yangi g‘oyalar o‘ylab topish yo‘li bilan, vaqt-vaqti bilan uchrab turishi mumkin bo‘lgan omadsizlik natijalarini yumshatish uchun barcha imkoniyatlarni ishga solishlari lozim.

Raqobatda yengib chiqishning muhim omili bo‘lib, tadbirkorning ijodiy salohiyati hisoblanadi. Jahon iqtisodiyoti shiddatli sur‘atlarda o‘sib borayotgan bir vaqtda, iste‘molchilarning talabi, didi, dunyoqarashi ham o‘sib bormoqda. Bu holat tadbirkordan mavjud muhitga juda tez moslashish imkoniyatiga ega bo‘lishini talab etadi. Mavjud muhitga o‘z vaqtida moslashib, barqarorligini ta‘minlash esa har doim ham amalga oshmaydi. Bu tadbirkordan bozor marketingini chuqur bilish, talabga mos

ravishda raqobatchilardan farqli ravishda o‘z mahsulot va xizmatlarining taklif etilishi talab etiladi.

Taklif shunchaki, ulardan raqobatchilarga nisbatan arzon yoki sifatli emas, balki yangilikka moyil, zamonaviy ko‘rinishga ega, ixcham, yuqori didli va noan‘anaviyligi yanada ma‘qullanadi. Buning uchun tadbirkordan haqiqiy ijodkorlik qobiliyati talab etiladi. Shu sababli rivojlangan davlatlarda korxonalar boshqaruvchilari o‘z atrofiga imkon qadar, turli toifadagi ijodkor yoshlarni, turli millat va kasb vakillarini jalb qilishga harakat qilish bilan birga, bozorni tadqiq etishga jiddiy e‘tibor qaratadi. Bu xatti-harakatlar natijasida, ya‘ni marketing tadqiqotlari yangi talabni aniqlash imkonini bersa, bu unga mos ravishda javob berish uchun yangicha uslubdagi taklif bilan chiqish imkoniyatini yaratadi.

Misol tariqasida, hozirda keng ommaviy bo‘lgan uyali aloqa telefonlarini olib qarasa, bir qator hodisalarni kuzatamiz. Nokia kompaniyasi tomonidan taqdim etiladigan telefonlar har doim o‘rta qatlam aholi uchun eng maqbul variant bo‘lib hisoblanadi. Apple, LG va Samsung rusumli telefonlar turli qiymatda chiqarilsa-da, ushbu telefon ishlab chiqaruvchilarning ijodkorligi zamon bilan hamnafas ravishda o‘sib bormoqda. Bundan bir yoki ikki yil oldin telefon alohida, fleshka alohida, fotokamera alohida ravishda ishlatilgan bo‘lsa, hozirda Sharq mamlakatlari kompaniyalari tomonidan taklif etilayotgan telefonlar ham kompyuterning tashqi xotira vazifasini bajarishi, raqamli fotokameralarning mavjudligi, radio eshitish, televizor ko‘rish va Internetga chiqish imkoniyatining mavjudligi shular jumlasidandir.

2.3. Tadbirkorlik salohiyatini baholash va qobiliyatini rivojlantirish

Iqtisodiyotga bozor munosabatlarini joriy etish jarayonida korxonalarni davlat tasarrufidan chiqarish, xususiy lashtirish va undagi ulushini kamaytirish iqtisodiy islohotlarning yetakchi bo‘g‘ini hisoblanadi. Xususiy lashtirish natijasida demokratik jamiyatning ijtimoiy zamini va iqtisodiy tayanchini tashkil qiluvchi xususiy mulk egalari — tadbirkorlar qatlami shakllanib boradi.

Mamlakatimizda hozirgi vaqtda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun kerakli qonunchilik bazasi shakllantirildi va tegishli me‘yoriy hujjatlar qabul qilindi.

Xo‘sh, tadbirkorlar kimlar? Ular qanday salohiyat va imkoniyatlar egalari bo‘lishi lozim?

Demak, tadbirkor, bu — o‘z faoliyatini qonun doirasida amalga oshiradigan, o‘zi tavakkal qilib va o‘z mulkiy javobgarligi ostida faoliyatidan foyda olishni maqsad qilgan tashabbuskor kishidir.

Tadbirkor o‘z salohiyatini baholay olishi va imkoniyatlarini chamalab ish yuritishi to‘g‘risida ba’zi misollar doirasida fikr yuritishimiz mumkin. Buni o‘quvchiga eng yaqin bo‘lgan o‘quvchilar misolida qarasak. O‘quvchilar har doim darsga kirishlaridan oldin, avvalo, ushbu darsga nisbatan o‘z tayyorgarliklarini chamalab ko‘rishadi. O‘quvchining dunyoqarashi, dars mavzusining talabaga qiziqariligi va tanishligi hamda auditoriyadagi erkin vaziyat talabalarning imkoniyatlarini yanada oshiradi. Ular bu imkoniyatlardan maksimal darajada foydalanishga harakat qilishadi. Chunki har doim ham tanish va qiziqarli mavzu, yaxshi ustoz va yaxshi tayyorgarlik ko‘rishning imkoni bo‘lmaydi. O‘quvchilarning dastlabki uddaburonligi va tadbirkorlik qobiliyatlari shunday holatlarda namoyon bo‘ladi.

Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish niyatida bo‘lgan kishilar, avvalo, o‘z tadbirkorlik salohiyatlarini baholab ko‘rishlari va imkoniyatlari darajasida ish boshlashlari maqsadga muvofiqdir. Tadbirkorlik salohiyatini baholashda quyidagi bir qator savollarga aniq javob bera olish anchagina imkoniyatlar doirasini belgilab beradi:

1. Ommaviy axborot vositalari va kitob o‘qishga munosabatingiz qanday?

2. Tavakkalchilikni u sizning asabingizga tekkani uchungina o‘z zimmangizga olasizmi?

3. Odamlarni o‘zingizda ishlash uchun jalb etishingiz muvaffaqiyatli bo‘ladimi?

4. Biznesni tashkil qilish tajribasini tanishlaringizdan biron kim siz bilan muhokama qilganmi?

5. Biron marta ishingizdan hayratda qolganmisiz?

6. Doimo yangi g‘oyalarni o‘ylab yurishingizni sezganmisiz?

7. Maktabni yaxshi ko‘rar edingizmi?

8. Detallarga kirishishni yoqtirasizmi?

9. O‘n yoshga kirgunga qadar, tasodifiy ishlarni bajarganmisiz?

10. Tez zerikib qolasizmi?

11. Uzoq muddat davomida bir narsaga diqqatingizni jalb qilib tura olasizmi?

12. Yomon vaziyatdan foydali biron nima chiqarishga o‘rganganmisiz?

13. Bankda omonat hisobingiz yoki boshqa shaxsiy jamg'ar-mangiz bormi?

14. Tadbirkorlar juda katta tavakkal qilishadi, deb hisob-laysizmi?

15. Muvaffaqiyatli tadbirkorlar, albatta, oliy ma'lumotli bo'lishi lozim deb hisoblaysizmi?

Ushbu savollar tadbirkorning umumiy salohiyatini baholashga yo'naltirilgan. Bu turdagi savollar tadbirkorlikning qaysi bir turini boshlashdan oldin, albatta, o'ziga o'zi berib ko'rish tavsiya etiladi.

Shu bilan birga, muvaffaqiyatli tadbirkorlik uchun zarur bo'lgan qobiliyatlar tadbirkorni shakllantirishda juda muhim. Muvaffaqiyatli tadbirkorlik uchun zarur bo'lgan uch asosiy qobiliyat mavjud. Ular quyidagicha ta'riflanishi mumkin:

- kerakli miqdordagi *bilimlarga* ega bo'lish;
- *ko'nikmalar* to'plamini ishlata bilish;
- *shaxsiy xususiyatlar* to'plamiga ega bo'lish.

Ularni tartib bo'yicha ko'rib chiqamiz.

Bilimlar — kerakli paytda chaqirib olinishi mumkin bo'lgan, to'plangan axborot yig'implari yoki hajmidan iborat, deb ta'riflangan edi. Biznes kontekstida, bilimlar quyidagi kabi jihatlar haqida ma'lumotlarga ega bo'lish (yoki tanishish)da namoyon bo'lishi mumkin:

- biznesda ochilayotgan imkoniyatlar;
- bozor;
- iste'molchilar;
- raqobatchilar;
- ishlab chiqarish jarayonlari;
- texnik detallar;
- biznesni boshqarish;
- yordam ko'rsatish manbalari.

Ammo inson faoliyatining biznes yoki tadbirkorlik kabi sohasini bilishning o'zi, hali o'z korxonasini tashkil etish va uni boshqarishda muvaffaqiyatga erishish uchun yetarli emas, xuddi shunday, masalan, samolyotni boshqarish, mashinani haydash, suzish haqida o'qish yoki ma'lumotlarni o'rganishning o'zi, siz samolyotni, mashinani boshqarishingiz yoki basseynida suzishingiz uchun yetarli bo'lmaydi.

Ko'nikmalar — bilimlarni ishlata bilish qobiliyati, deb ta'riflangan edi. Ular amaliy faoliyat orqali egallanishi yoki rivojlanishi mumkin, masalan, samolyotni boshqarish, mashinani

haydash yoki suzishni amalda bajarish yo'li bilan. Biznes kontekstida *texnik* va *boshqaruv* mazmunidagi ko'nikmalar o'rtasida farqni ko'rish mumkin. Ba'zi misollar quyida keltirilgan:

Texnik	Boshqaruv
<ul style="list-style-type: none"> • injiniring; • kompyuterlardan foydalanish; • duradgorlik san'ati; • mexanika; • umumiy ovqatlanish. 	<ul style="list-style-type: none"> • marketing (jumladan, sotish ham); • moliyaviy faoliyatni boshqarish; • jarayonlarni tashkil qilish; • rejalashtirish; • yetakchilik.

Bilim va ko'nikmalarni ancha oson o'rganish yoki ularni o'zida rivojlantirish mumkin. Aksincha, ma'lum shaxsiy xususiyatlarni rivojlantirish bir qancha vaqt talab qiladi; ular osonlikcha o'zgar olmaydi yoki ularga tez erishilmaydi.

Shaxsiy sifatlar (xususiyatlar) — ruhshunoslar tomonidan shaxsning o'ziga xosligini tashkil etuvchi shaxsiy xususiyatlar jamlanmasi, deb belgilangan. Tadbirkorning xususiyatlari quyida keltirilgan:

Muvaffaqiyatli tadbirkor:

- tashabbuskor;
- imkoniyatlarni ko'radi va ularni ro'yobga chiqaradi;
- tirishqoq;
- ma'lumotlarni shaxsan o'zi qidiradi;
- sifatni oshirish tashvishida bo'ladi;
- shartnomalarning to'liq bajarilishiga erishadi;
- yuqori samaradorlikka yo'naltirilgan;
- o'z faoliyatini muntazam rejalashtiradi;
- muammolarni original yo'llar bilan hal qiladi;
- o'ziga ishonch hissini namoyish etadi;
- hisob-kitob bilan tavakkal qiladi;
- shiddatli;
- ishonch uyg'otadi;
- boshqalarni o'z ta'siriga bo'ysundirish strategiyalaridan foydalanadi.

Ushbu qobiliyatlarning uchalasiga ham (bilimlar, ko'nikmalar, shaxsiy sifatlar) ega bo'lmagan odam, biznesiga nisbatan qo'llaganda, o'z korxonasini muvaffaqiyatli boshqarish yo'lida, shu qobiliyatlarga ega bo'lgan odamdan ko'ra, qiyinchiliklarga duch kelish ehtimoli ancha ko'proq.

Agar odam quyidagiga ega bo'lsa, nima bo'lishi mumkin?

- *Faqat bilim va ko'nikmalarga*

Faqat bilim va ko'nikmalarga ega bo'lgan odam, o'z ishini umuman boshlashga erishgan holda ham, biznesda uzoq vaqt jon saqlashi juda ham shubhali. Masalan, ma'lum bir shaxsiy sifatlarga ega bo'lmay turib, odam biron-bir jiddiyroq muammoga duch kelgach, kam qat'iyatlilikni namoyish etishi mumkin yoki bunday odam ochilayotgan imkoniyatlarni ko'rmasligi va ularni amalga oshira olmasligi mumkin yoki u mas'uliyatli ishtirokchi sifatida, qulay ishga kirishish tavakkalini (hatto hisoblangan bo'lsa-da) o'z zimmasiga olishni umuman rad etishi mumkin.

- *Faqat bilim va tadbirkorlik sifatlariga*

Faqat bilim va tadbirkorlik sifatlariga ega bo'lgan shaxs agar texnik ko'nikmalarga ega bo'lmasa, bu qobiliyatlarini qo'llashga biron-bir yaxshiroq narsa topa olmasligi mumkin. Yoki u begonalarga qattiq bog'liq bo'lgani tufayli, ehtimol, juda zaif ekanligini aniqlashi mumkin. Bu muammoning yechimi, kerakli ko'nikmalarga ega bo'lgan hamkorni topish yoki odamlarni jalb etishda bo'ladi.

- *Faqat ko'nikmalar va tadbirkorlik sifatlariga*

Kerakli ko'nikmalar va tadbirkorlik sifatlariga ega bo'lgan, ammo bilimlarga ega bo'lmagan bo'lajak tadbirkor, o'z korxonasini tashkil etishi mumkin. Ammo raqobat muhitida, bilimlarning yo'qligi yoki hech bo'lmasa, masalan, iste'molchilarni, bozorni (shu jumladan, bozorda rivojlanayotgan an'analarni) bilmaslik, oxir-oqibat inqirozga olib kelishi mumkin. Axborot muvaffaqiyatli rivojlanishga intilayotgan har bir korxonaga uchun juda muhim.

Tadbirkor bo'lmoq uchun tug'ma qobiliyatga ega bo'lish kerak, degan fikr ko'p vaqtdan beri hukm surib keldi. Ammo endilikda, bozor iqtisodiyoti sharoitida har kim ham tadbirkor bo'lishi mumkinligini ko'plar tan olmoqda. Xo'sh, buning uchun nima qilmoq kerak?

Bu savolga to'la-to'kis javob berish qiyin. Ammo, bir qator olimlar, jumladan, Y. Abdullayev va F. Karimovning fikricha, hozirgi zamon tadbirkori quyidagi fazilatlarga ega bo'lishi lozim¹.

1. *Halollik va rostgo'ylik*. Bu tushunchalar tadbirkorlikning asosi bo'lib, halol foyda olish va ishda yaxshi munosabatlar o'rnatishning birdan bir shartidir. Tadbirkor birinchi galda ishning

¹ Y. Abdullayev, F. Karimov. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari: 100 savol va javob. T., «Mehnat», 2000. 162–167-betlar.

ko'zini biladigan, halol va haromning farqiga boradigan shaxs bo'lishi kerak. Sababi, tadbirkor qanchalik halol ishlasa, mahsulotlari sifatli bo'lsa, bozorda uning mavqeyi baland, mahsulotlari shuncha xaridorgir bo'ladi. Chunki halol tadbirkorlarga hamma ishonadi.

2. *Majburiylik, so'zsiz bajarishlik.* Tadbirkor qachon o'z so'zining ustidan chiqsa, va'dasida tursa va berilgan topshiriqlarni bajarsagina ishi o'ngidan keladi. So'zining ustidan chiqish, kelishilgan shartnomada ko'rsatilgan murakkab va oddiy og'zaki vazifalarning (biron yerga aytilgan vaqtda borish) bajarilishini o'z ichiga oladi. Berilgan va'da har qanday sharoitda bo'lsa ham bajarilishi shart. Haqiqiy tadbirkor o'z mijozi (raqibi)ni aldamasligi kerak. Vazifani o'z vaqtdan kechikib bajarish ham subutsizlikka kiradi.

3. *Mas'uliyatli bo'lish.* Haqiqiy tadbirkor qilmishi uchun o'z puli yoki mablag'i bilan javob beradi. Agar u aybdor bo'lsa, yo'l qo'ygan xatosini tuzatishi, ko'rilgan zararni qoplashi lozim.

4. *Boshqalar bilan munosabat chog'ida ularga nisbatan hurmatda bo'lish.* Tadbirkor boshqalarga shunday munosabatda bo'lishi kerakki, unga boshqalar ham shunday munosabat bilan javob qaytarishsin.

5. *Qonunga itoat qilish.* Tadbirkor bo'lish istagida yurgan har bir kishi qonun va boshqa huquqiy hujjatlarga itoat qilishi, ularni og'ishmay bajarishi shart. Qonun talablaridan chekinish, qonunchilikni buzish, huquq-tartibotga, pirovardida esa davlat tomonidan qo'riqlanadigan manfaatlar va o'zaro munosabatlarga tajovuz qilish demakdir.

Sohibqiron Amir Temur ham o'z tuzuklarida «...tegishli tartibga va qonunga amal etish mening taqdirim va yutuqlarimning asosi hamda tayanchi bo'lib xizmat qiladi», deb yozgan edi.

6. *Saxiy va xayr-ehsonli bo'lish.* Xalqqa xayr-ehson qilish eng ulug' fazilat. Saxovatli, saxiy tadbirkor shunday kishiki, birov narsa so'ramay turib, oldindan hadya qilib ulashadi.

7. *Insofli bo'lish.* Insof — bu adolat va vijdon amri bilan ish tutish tuyg'usi va qobiliyati, ishda kishilar bilan munosabatda: halollik, to'g'rilik, barobarlik, sofdillik, haqiqatgo'ylikdir.

8. *Vazmin va sabrli bo'lish,* ehtiroslarga berilmaslik. Ba'zi shoshma-shoshar tadbirkorlar, shoshqaloqlik yoki shumligidan pushaymonlik chuquriga yiqiladilar, o'ylamasdan shoshilib ish boshlaganlar esa balolar girdobiga g'arq bo'ladilar. Aqlli, tajribali va vazmin tadbirkorlar esa, tadbir hamda sabrni o'zlariga yo'ldosh

qilib oladilar, fikr oynasini donishmandlarning ishorat va nasihatlarini bilan pardozlaydilar, unga sayqal beradilar. Yengiltaklik, shoshma-shosharliklardan hazar qiladilar.

9. *Xizmat etikasiga rioya qilish.* Eng avvalo, hukumatga hurmat bilan qarang. Davlatning ijtimoiy-iqtisodiy va siyosiy siyosatini o'zingizning asosiy qurolingiz qilib oling va ularga rioya qiling. Bilingki, hukumatga hurmat va xizmat etikasiga rioya qilish — bu tadbirkorlikni muvaffaqiyatga eltuvchi ikki lokomotivdir.

10. *O'z ishining mutaxassisi bo'lish.* Biz shunday davrda yashayapmizki, bunda faqat mutaxassisgina, o'z ishining ustasigina obro'-e'tibor topadi. Shuning uchun mutaxassis bo'ling. Qaysi sohada ishlashga to'g'ri kelmasin, albatta, birinchi bo'lishga harakat qiling. Savol tug'iladi: unga qanday qilib erishiladi? Javob bitta, bu ham bo'lsa, mehnat va o'z ustingizda tinimsiz shug'ullanishingiz lozim. Dahoni mehnat yaratadi. Yetuklikka yo'l esa — tirishqoqlik.

Shunday qilib, tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishga ahd qilgan har bir kishi o'zining salohiyati, qobiliyatlari, shu jumladan, o'z izlanuvchanlik qobiliyatini, o'z ishining ustasi hamda yuqorida qayd qilingan sifatning o'zida mavjudligini aniq o'ichay bilishi kerak.

2.4. Tadbirkorlik faoliyati imkoniyatlarini aniqlash va baholash

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish orqali nafaqat ularning jamiyat uchun yalpi ichki mahsulot ishlab chiqarishda hal qiluvchi mavqe va rolini egallashi, balki shu bilan birga, mamlakat aholisi farovonligini oshirish, daromadlarini ko'paytirish, ishsizlikni bartaraf etish va ijtimoiy muammolarni hal qilishda ijobiy ahamiyatga ega.

Respublikamizda tadbirkorlarga yetarlicha imkoniyatlar yaratilgan. Tadbirkor, avvalo, yaratilayotgan imkoniyat, uning o'zi nima va undan qanday foydalansa bo'ladi, kabi savollarga javob topishi lozim. Tadbirkorlik imkoniyati shunchaki, g'oya yoki taklifni amalga oshirish tavakkalini o'z zimmasiga olgan shaxsga foyda olish imkonini beradigan, diqqatni jalb etadigan investitsion g'oya yoki taklif sifatida talqin qilinishi mumkin. Bunday imkoniyatlar iste'molchilik xohishlarida o'zgarishlar yuz bergani tufayli ochilib, bozorda uning xaridori yoki yakuniy foydalanuvchisi uchun iste'mol qiymatini tashkil etadigan (yoki qo'shadigan) tovar yoki xizmat paydo bo'lishiga olib keladi. Buning uchun,

avvalo, g'oyalarning imkoniyatlardan farqini bilib olish maqsadga muvofiqdir.

G'oyalarning imkoniyatlardan farqi:

- yaxshi g'oya borligi, hali umuman yaxshi tadbirkorlik imkoniyati borligini bildirmaydi. Misol uchun, 80 % dan ortiq yangi mahsulot bozorda omadsizlikka uchrashini e'tiborga olish lozimdir;

- shunday qilib, nima g'oyani tadbirkorlik imkoniyatiga aylantiradi?

- sodda qilib aytganda, daromadning xarajatlardan ortib qolgani — foyda;

- yaxshi tadbirkorlik imkoniyatining o'ziga xos xususiyatlarini o'rganish.

Yaxshi hisoblanish uchun tadbirkorlik imkoniyati quyidagi bir qator mezonlarni qoniqtirishi (yoki qoniqtirishga qodir bo'lishi) kerak:

- amaldagi talabga mos bo'lishi;

- investitsiya qilingan sarmoyaga foydani ta'minlashi;

- raqobatbardosh bo'lishi;

- qo'yilgan maqsadlarga muvofiq bo'lishi;

- loyiq resurslar va qobiliyatlar bilan ta'minlangan bo'lishi.

Tadbirkorlik imkoniyatlarini aniqlash va baholashda juda ko'plab omillardan foydalanish mumkin. Chunki haqiqiy ishbilarmon-tadbirkor har qanday sharoitda ham vaziyatdan chiqish imkoniyatini qidirib topish qobiliyatiga ega bo'ladi. Masalan, iqtisodiy qiyin sharoitda turgan tadbirkor reklama uchun yetarlicha imkoniyati bo'lmagan sharoitda pul talab qilmaydigan yoki arzon, ammo ommabop usullardan foydalanish yo'lini topishi lozim. Radiodagi turli viktorinalarda ishtirok etish bahonasida o'zi haqida ma'lumot berishi, Internet chatlarda tanishlarini ko'paytirishi, o'z ishi bilan ularni do'stona tanishtirishi va shunga o'xshash yo'llarni qidirib topishi talab qilinadi.

Demak, tadbirkorning turli sharoitlarda turli qobiliyatlarini baholash mumkinligi bois tadbirkorlarning imkoniyatlari to'g'risida tez xulosa chiqarish mumkin emasligini bildiradi.

Mohiyatini olganda, baholash quyidagilarni aks ettiruvchi, tavakkalchilikni hamda mukofot yoki foydani aniqlash bilan bog'liqdir:

- sanoat va bozorning ahvoli;

- «imkoniyatni amalga oshirish oralig'i»ning davomiyligi;

- tadbirkorning shaxsiy maqsad va qobiliyatlari;

- menejerlar jamoasining sifati;
- raqobat muhiti;
- sarmoya, texnologiyalar va boshqa resurslarga bo'lgan ehtiyoj;
- atrofdagi (siyosiy, iqtisodiy, huquqiy, me'yoriy baza, hukumat tomonidan belgilanadigan va h.k.) muhitning ahvoli.

Ochilayotgan tadbirkorlik imkoniyatlarini ko'rish, topish va ularni amalga oshirish yo'nalishida munosib harakat qilish hamma joyda va har doim muvaffaqiyatli tadbirkorning eng muhim sifatlaridan bo'lib kelgan. Bunday ko'nikma muvaffaqiyatli korxonani tashkil etish va boshqarishga ham asos bo'ladi. Bu faqat g'oyalarni yaratish va ochilayotgan imkoniyatlarni aniqlash bilanгина emas, balki yangi g'oyalardan hayotga loyiq, o'ziga jalb etadigan takliflarni ajratish va shularni amalga oshirish uchun tanlash maqsadida, ularni g'alvirdan o'tkazish hamda baholashni bilish bilan ham bog'liqdir.

Tadbirkorlik imkoniyati tushunchasini shu o'rinda tushuntirib o'tish maqsadga muvofiqdir. Yaxshi g'oya borligi hali umuman tadbirkorlik imkoniyati borligini bildirmaydi. Masalan, siz texnik nuqtayi nazardan ajoyib buyumni ixtiro qildingiz, lekin bozor hali uni qabul qilishga tayyor bo'lmasligi mumkin. Yoki g'oya ajoyib, ammo raqobat darajasi va resurslarga bo'lgan ehtiyoj shunday bo'lishi mumkinki, bu g'oyani hayotga tatbiq etish maqsadga muvofiq bo'lmasligi mumkin. Shunday holat ehtimoli ham borki, bozor g'oyani qabul qilishga tayyor, lekin kiritilgan sarmoyaga olinadigan foyda haddan tashqari past bo'lishi mumkin. Bu vaziyatni yanada yaqqolroq ta'kidlash uchun, kuzatishlarga ko'ra, 80 % dan ortiq yangi mahsulot bozorda omadsizlikka uchrashini inobatga oling. Ixtirochilar va homiylar uchun g'oya yaxshi tuyulishini, umuman tushunsa bo'ladi, lekin ular bozorni o'rganish uchun tadqiqot o'tkazmagani aniq.

Shunday qilib, nima g'oyani tadbirkorlik imkoniyatiga aylantiradi? Soddalashtirilgan javob: «daromad — xarajatlar = foyda» tenglamasi bajariladimi? Amaliyotda esa batafsil javob olish uchun quyida sanab o'tilgan va tushuntirilgan omillarni tekshirish kerak. Yaxshi hisoblanish uchun tadbirkorlik imkoniyati quyidagi mezonlarni qoniqtirishi (yoki qoniqtirishga qodir bo'lishi) kerak:

- Amaldagi talabga mos bo'lishi, ya'ni tovarni sotib olish imkonibor va tanlash huquqini amalga oshirishni istaydigan xaridorlarning qoniqtirilmagan talablari yoki ehtiyojlariga javob berishi.

- Investitsiya qilingan sarmoyaga foydani ta'minlashi, ya'ni sarflangan harakatlar va qilingan tavakkalni munosib, o'z vaqtida, uzoq muddat davomida qoplaydigan daromad yoki taqdirlash bilan ta'minlashi.

- Raqobatbardosh bo'lishi, ya'ni iste'molchi nuqtayi nazaridan, tovar yoki xizmat bozorda mavjud bo'lgan boshqa tovarlar yoki xizmatlarga nisbatan teng yoki ulardan yaxshiroq bo'lishi.

- Qo'yilgan maqsadlarga muvofiq bo'lishi, ya'ni tavakkalni o'z zimmasiga oladigan shaxs yoki tashkilotning maqsadlariga muvofiq va istaklarini qondiradigan bo'lishi.

- Loyiq resurslar va qobiliyatlar bilan ta'minlangan bo'lishi, ya'ni resurslar bilan, imkoniyatni amalga oshirish qobiliyati bilan ta'minlangan bo'lish, huquqiy talablarga mos kelish va h.k. nuqtayi nazaridan, mazkur tadbirkor tomonidan bajariladigan bo'lishi lozim.

- «Imkoniyatni amalga oshirish oralig'i»ning davomiyligi. Siz qulay imkoniyatni yarata olasizmi yoki yangi ochilgan imkoniyatni u bor bo'lgan davrda amalga oshirishga ulgurasizmi?

- Tadbirkorning shaxsiy maqsadlari va qobiliyatlari. Siz haqiqatan ham tadbirkorlikka kirishmoqchimisiz? Buning uchun talab etilayotgan narsalarga egamisiz? Bundan manfaatdorligingiz yetarlimi?

- Menejerlar jamoasining sifati. Siz bilan birga yana kimlar tadbirkorlik bilan shug'ullanadi? Ular tajriba, bilim, aloqalar yoki boshqa istalgan va zarur atributlarga egami?

- Raqobat muhiti. Sizning raqobatchilaringiz kimlar? Sizda xaridorlar xohlaydigan va raqobatchilaringizda bo'lmagan biror nima bormi? Misol uchun, siz kamroq xarajat bilan tovarni ishlab chiqarish va sotishni uddalaysizmi?

- Sarmoya, texnologiyalar va boshqa resurslarga bo'lgan ehtiyoj. Qancha sarmoya, qanday muhim texnologiyalar yoki boshqa resurslar zarur? Ular sizda bormi, ularni ola bilasizmi?

- Atrof-muhitning holati. Siyosiy, iqtisodiy, geografik, huquqiy, me'yoriy ijodkorlik vaziyatlari sizning maqsadlaringizga erishishga ko'maklashadimi? Sizning korxonangiz atrof-muhitga zarar yetkazmaydimi?

Ushbu masalalar tadbirkor muayyan duch keladigan muammolarni aks ettiradi. Ularga beriladigan javoblar har qanday tadbirkorlik imkoniyatini o'ziga jalb qilish darajasini belgilaydi.

2.5. Vaziyat tahlili (SWOT-tahlil)

Siz biznesning konsepsiyasini aniqlaganingizdan keyin, uni testdan o'tkazishingiz kerak. Kuchli va kuchsiz tomonlarini, imkoniyat va xavflarini aniqlashingiz lozim. Bu testdan o'tkazish SWOT-tahlil yoki vaziyat tahlili deyiladi.

SWOT so'zi quyidagi so'zlarning qisqartirilgan variantidir:

Strengths (Kuchli tomonlar); *Weaknesses* (Kuchsiz tomonlar); *Opportunities* (Imkoniyatlar); *Threats* (Xavflar).

Vaziyat tahlili — kuchli (*S*), kuchsiz (*W*) tomonlarni, imkoniyatlar (*O*) va xavflar (*T*)ni o'rganish bo'lib, kompaniyaning, uning tovar va xizmatlarining muvaffaqiyatli ildamlanishiga ta'sir ko'rsatadi. SWOT-tahlil — kompaniyaning bozorda samarali yoki samarasiz ishlash sabablarini aniqlash imkonini beradi, u lo'nda va qisqa axborot tahlili bo'lib, uning asosida tashkilot qaysi yo'nalishda biznesni rivojlantirishi kerakligi haqida xulosa qilinadi. Bunday tahlilni o'tkazib, o'z biznesingizga, siz ichki tomondan nazar solishingiz: kuchli va kuchsiz tomonlarni aniqlashingiz hamda ularga ta'sir qilish imkoniyatiga ega bo'lishingiz mumkin.

SWOT-tahlil quyidagi savollarga javob berishga yordam beradi:

- Kompaniya o'zining kuchli tomonlarini yoki farqli afzalliklarining rivojlanish strategiyasida qo'llaydimi? Agar kompaniya afzalliklarga ega bo'lmasa, uning potensial kuchli tomonlaridan qaysi biri bunday vazifani bajarishi mumkin?

- Kompaniyaning kuchsiz tomonlari raqobat jarayonida uning nozik joyi bo'lib qoladimi va ma'lum bir qulay holatlarni qo'llash imkoniyatini bermaydimi? Qaysi bir kuchsiz tomonlarni, avvalo, bartaraf etishga urinish kerak?

- Qanday qulay imkoniyatlar kompaniya muvaffaqiyati uchun real imkoniyatlarni beradi?

- Qaysi xavflarni o'ta jiddiy deb hisoblash mumkin va ularni bartaraf etish yuzasidan qanday ishlarni amalga oshirish kerak?

Kuchli tomonlar (*Strengths*) — tashkilotning afzalliklari. Masalan, kuchli tomonlarga raqobatchilarning kamligi, ko'rsatayotgan xizmatlaringizning raqobatchilarnikiga qaraganda sifatli ekanligi, raqobatchilarga nisbatan xizmat sohasining kengligi kiradi.

Kuchsiz tomonlar (*Weaknesses*) — tashkilotning kamchiligi. Kuchsiz tomonlarga o'ta yuqori narxlar yoki reklamaga mablag' ajratish imkoniyatining yo'qligi misol bo'la oladi.

Imkoniyatlar (*Opportunities*) — tashqi muhim omillari bo‘lib, ulardan foydalanish tashkilotga bozorda afzalliklar tug‘diradi. Masalan, qulay imkoniyatlarga xuddi shunday kompaniyaning mazkur hududda (shahar/tumanda) yo‘qligi kiradi.

Xavflar (*Threats* — tashkilotning bozordagi holatini keyinchalik og‘irlashtiruvchi omillar. Xavflar — sizning biznesingiz rivojiga to‘sqinlik qiluvchi barcha narsalar. Masalan, soliq ortib borishi bilan ko‘rsatilgan xizmat bahosi ham ortadi.

TAYANCH SO‘Z VA IBORALAR

G‘oya; g‘oyalar generatsiyasi; firma; tadbirkorlik g‘oyasi; yaxshi tadbirkorlik g‘oyasi; tadbirkorlik g‘oyalarining manbalari: qiziqishlar va shaxsiy manfaatlar; bilim; ko‘nikma; shaxsiy sifat; shaxsiy ko‘nikmalar va tajriba; franshiza; franchayzing; franchayzer; ommaviy axborot vositalari; ko‘rgazmalar; tadqiqot imkoniyatlari; aqliy hujum; ijodkorlik; erkin g‘oya; bozor ehtiyojiga javob berish; tovar usuli; mahsulotning hayotiy aylanishi; tavakkalchilikni taqsimlash; raqobatbardosh bo‘lish; tadbirkorlik faoliyati imkoniyatini aniqlash; tadbirkorlik faoliyati imkoniyatini baholash; tadbirkorlik faoliyatini rag‘batlantirish.



NAZORAT SAVOLLARI

1. Tadbirkorlik g‘oyalari deganda nimani tushunasiz?
2. Yaxshi tadbirkorlik g‘oyasi nima?
3. Tadbirkorlik g‘oyasi qanday talablarga javob berishi lozim?
4. Biznes konsepsiya qanday tuziladi?
5. Tadbirkorlik salohiyati qanday baholanadi?
6. Tadbirkorlik qobiliyatini rivojlantirish yo‘nalishlari.
7. Tadbirkorlik g‘oyalarining manbalari nimalardan iborat?
8. Nima uchun tadbirkorlik g‘oyalarini o‘ylab topish zarur?
9. Tadbirkorlik faoliyati imkoniyatlari qanday aniqlanadi?
10. Tadbirkorlik faoliyati imkoniyatlari qanday baholanadi?
11. Muvaffaqiyatli tadbirkor uchun zarur bo‘lgan qobiliyat nima?
12. Muvaffaqiyatli tadbirkor qanday shaxsiy sifatlarga ega bo‘lishi lozim?

3-bob. BIZNESNI TASHKIL ETISHNING TASHKILY-HUQUQIY SHAKLLARI

3.1. Biznesni tashkil etish shakllari: afzalliklari va kamchiliklari

Odamlarning ko'p qiziqishlari, turli ehtiyojlari va intilishlari bor. Tadbirkorlarning vazifasi ana shu qiziqishlarni, ehtiyoj va intilishlarni aniqlashdan hamda ularni qondirish uchun korxonalar tashkil etishdan iboratdir. Barcha korxonalar muvaffaqiyatli tashkil etilsa, foyda keltiradi.

Korxonalarni ko'plab belgilariga ko'ra tasniflash mumkin. Korxonalar o'z turidan qat'i nazar, agar u yetilgan muammolarni hal qilishni taklif qilsa va talabni qondirsa, muvaffaqiyatga erishishi mumkin. Korxonalar turlari o'rtasidagi asosiy farq ular keltiradigan foyda turidadir. Moddiy foyda olish tijorat korxonasining maqsadi hisoblansa, ma'naviy foyda olish notijorat korxonasining maqsadi hisoblanadi.

Tadbirkorlar yuridik shaxs tashkil qilgan holda hamda yuridik shaxs tashkil qilmagan holda biznesni amalga oshirishlari mumkin. O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksiga muvofiq, fuqaro (jismoniy shaxs)lar deganda respublikamizning fuqarolari, boshqa davlatlarning fuqarolari, shuningdek, fuqaroligi bo'lmagan shaxslar tushuniladi. Fuqaro (jismoniy shaxs) *yakka tadbirkor* sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab, tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishga haqlidir.

Fuqarolik kodeksiga muvofiq, «o'z mulkida, xo'jalik yuritishida yoki operativ boshqaruvida alohida mol-mulkka ega bo'lgan hamda o'z majburiyatlari yuzasidan ushbu mol-mulk bilan javob beradigan, o'z nomidan mulkiy yoki shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo'la oladigan va ularni amalga oshira oladigan, majburiyatlarni bajara oladigan, sudda da'vogar va javobgar bo'la oladigan tashkilot *yuridik shaxs* hisoblanadi». Ammo yuridik shaxslarning faqat foyda olishni o'z faoliyatining asosiy maqsadi qilib olgan turlari, ya'ni tijoratchi tashkilotlar tadbirkorlik subyektlari hisoblanadi.

Tadbirkor o'z g'oyasini amalga oshirishning tashkiliy tuzilmasi sifatida korxonani vujudga keltiradi. Korxonani yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgach, mustaqil xo'jalik yurituvchi bozor subyekti bo'lib, o'z nizomiga muvofiq muayyan ijtimoiy-iqtisodiy samara va foyda olish maqsadida o'ziga tegishli yoki xo'jalik boshqaruvidagi mulkdan foydalanib faoliyat yuritadi.

Korxonani turli belgilariga ko'ra tavsiflash mumkin:

- *ishlab chiqarish va texnikaviy munosabatlarda korxonani*, bu — ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar hajmi va turlari, ularni tayyorlash texnologiyasiga miqdor va sifat jihatidan mos keluvchi mashinalar va mexanizmlar tizimi;

- *ijtimoiy munosabatlarda korxonani*, bu — turli toifadagi va vazifalarni bajaruvchi xodimlardan iborat mehnat jamoasi;

- *tashkiliy-huquqiy munosabatlarda korxonani* yuridik shaxs sifatida faoliyat yuritadi;

- *moliyaviy-iqtisodiy munosabatlarda korxonani*, bu — tarmoqning mustaqil bo'g'ini sifatida o'zini o'zi moliyalashtiradigan va boshqaradigan bozor subyekti.

Korxonani o'ziga xos bo'lgan ma'lum xususiyatlarga ega:

- *birinchidan*, korxonani o'ziga tegishli va xo'jalik boshqaruvidagi alohida mulkka ega bo'lib, ushbu mulk uning faoliyati moddiy-texnikaviy imkoniyatlarini, iqtisodiy mustaqilligi va ishonchligini ta'minlaydi;

- *ikkinchidan*, korxonani kreditorlar, jumladan, davlat bilan o'zaro munosabatlardagi majburiyatlar yuzasidan o'z mulki bilan javob berish xususiyatiga ega bo'ladi;

- *uchinchidan*, korxonani xo'jalik aylanmasida o'z nomidan harakat qilishi mumkin, ya'ni qonunga asosan, xo'jalik faoliyati yurituvchi hamkorlar, mahsulot (ish, xizmat) iste'molchilari, xomashyo va asbob-uskuna yetkazib beruvchilar hamda boshqa huquqiy va jismoniy shaxslar bilan shartnoma tuzish huquqiga ega;

- *to'rtinchidan*, korxonani qonunchilikka asosan, sudda da'vogar va javobgar sifatida qatnashish huquqiga ega;

- *beshinchidan*, korxonani mustaqil balans yoki smetaga ega bo'lib, ishlab chiqarish va mahsulot savdosi xarajatlarini hisobga olib boradi hamda davlat organlari tomonidan belgilangan tartibda o'z vaqtida hisobotlarni taqdim etadi;

- *oltinchidan*, korxonani o'z nomiga ega bo'lib, unda korxonaning tashkiliy-huquqiy shakli o'z aksini topadi.

Har bir korxonaning faoliyati ishlab chiqarish, qayta ishlab chiqarish va muomala jarayonlaridan iborat bo‘ladi.

Korxonaning ishlab chiqarish sohasidagi faoliyati — yangi mahsulotni ishlab chiqarishga tayyorlash va ishlab chiqarishni tashkillashtirishda namoyon bo‘ladi.

Qayta ishlab chiqarish sohasidagi faoliyat — ishchi kuchini yollash, kadrlar tayyorlash va ularning malakasini oshirish, ishlab chiqarish vositalarini yangilash va kengaytirish jarayonlarida aks etadi.

Muomala sohasidagi faoliyat esa ishlab chiqarishning moddiy-texnikaviy ta‘minotini tashkillashtirish, mahsulot (ish, xizmat)larni sotish va foydalanilgan ishlab chiqarish vositalarining daromad shaklida qaytib kelishida ko‘zga ko‘rinadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida *korxonalar faoliyatining asosiy yo‘nalishlari* quyidagilar hisoblanadi:

- bozor va uning rivojlanish istiqbollarini kompleks ravishda o‘rganish yordamida, xaridorlarning mahsulot va xizmat turlariga mavjud va yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan talablarini aniqlash;

- mahsulotning yangi modellari va namunalarini yaratish bo‘yicha ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil qilish;

- xaridorlar talablariga mos keluvchi tovarlarni ishlab chiqarish;
- ishlab chiqarishni rejalashtirish, dasturlash, muvofiqlashtirish va moliyalashtirish;

- mahsulotni taqsimlash va sotish tizimini tashkil qilish va uni mukammallashtirish;

- korxonaning barcha faoliyatini, jumladan, ishlab chiqarish, sotish, reklama, texnik xizmat ko‘rsatish va h.k.larni boshqarish.

Albatta, zamonaviy korxonalarining ko‘p qirrali faoliyati yuqorida sanab o‘tilgan yo‘nalishlar bilangina cheklanib qolmaydi. Amaliyotda ular fan-texnika taraqqiyoti va davlat tomonidan amalga oshirilayotgan iqtisodiy siyosatning yangi talablari bilan to‘ldirilishi mumkin. Biroq yuqorida bayon etilganidan qat’i nazar, xo‘jalik rivojlanishining har bir bosqichida korxonalar faoliyati quyidagi vazifalarni bajarishga qaratilishi zarur:

- korxonaga egasining daromad olishi;
- iste‘molchilarni ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar bilan ta‘minlash;

- xodimlarni ish haqi bilan ta‘minlash;

- ish joylari yaratish;

- atrof-muhitni muhofaza qilish;

- korxonada faoliyatida to'xtab qolishga yo'l qo'ymaslik;
- ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish shakllarini mukammallashtirish;
- ishlab chiqarishning barcha bosqichlarida tejamkorlikka rioya qilish.

Xo'jalik faoliyatining joriy va istiqboldagi vazifalarini bajarish korxonalaridan quyidagi funksiyalarni amalga oshirishni talab qiladi:

- ishlab chiqarish va shaxsiy iste'mol uchun mahsulotlarni tayyorlash;
- mahsulotlarni iste'molchilarga yetkazib berish va sotish;
- sotuvdan keyin xizmat ko'rsatish;
- ishlab chiqarishning moddiy-texnika asosini ta'minlash;
- xodimlar mehnatini tashkil qilish va boshqarish;
- soliqlarni to'lash, budjetga to'lanuvchi ixtiyoriy yoki majburiy badal va to'lovlarni amalga oshirish;
- amaldagi standartlar, normativlar va davlat tomonidan chiqarilgan qonun-qoidalarga rioya qilish.

Bu funksiyalar korxonalarining hajmi, qaysi tarmoqqa mansubligi, ijtimoiy infratuzilmaning mavjudligi, mahalliy hokimiyat idoralari bilan munosabatlarga asoslanib aniqlashtiriladi. Bugungi bozor iqtisodiyoti va fan-texnika taraqqiyoti korxonalarining amalga oshiruvchi funksiyalarini kengaytirishi hamda ularning faoliyatidagi ishlab chiqarish ko'rsatkichlarini yanada yaxshilash uchun yangi vazifalar belgilab berishi mumkin.

Korxonani tashkil qilishdan, asosan, quyidagi maqsadlar ko'zlanadi:

- iste'molchilar talab qilayotgan mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish va uni sotishdan foyda (daromad) olish;
- ishlab chiqarishga ish bilan band bo'lmagan aholini jalb qilish va shu orqali ish bilan ta'minlashdagi ijtimoiy muammolarni hal qilish;
- ishlab chiqarishga mavjud qo'shimcha resurslarni jalb qilish;
- fan-texnika yutuqlaridan foydalangan holda yangi sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish;
- yakka tarzda yoki hamkorlikda faoliyat yuritish uchun kichik korxonada tashkil qiluvchi alohida fuqarolar yoki shaxslar guruhi a'zolarining shaxsiy ehtiyojlarini qondirish;
- ishlab chiqarishni mustahkamlash va rivojlantirish hamda bozor muhitini kengaytirish.

Yuridik shaxs tashkil qilmagan holda tadbirkorlik bilan quyidagi shakllarda shug‘ullanish mumkin:

- yakka tartibdagi tadbirkorlik;
- jismoniy shaxslarning yuridik shaxs tashkil etmagan holdagi birgalikdagi tadbirkorligi.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik — yuridik shaxs tashkil etmagan holda jismoniy shaxs tomonidan tadbirkorlik faoliyatining amalga oshirilishi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015-yil 15-maydagi «Xususiy mulk, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni ishonchli himoya qilishni ta’minlash, ularni jadal rivojlantirish yo‘lidagi to‘siqlarni bartaraf etish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi Farmoniga binoan 2015-yilning 1-iyulidan yakka tartibdagi tadbirkorlarga, faoliyatidan kelib chiqqan holda har bir yollangan ishchi uchun budjetdan tashqari Pensiya jamg‘armasiga eng kam oylik ish haqining 50 % i miqdorida sug‘urta badali va yakka tartibdagi ish beruvchi tadbirkor uchun o‘rnatilgan stavkaning 30 % i miqdorida qat’iy belgilangan soliq to‘lash sharti bilan bir nafardan uch nafargacha ishchini yollash huquqi beriladi.

Yakka tartibdagi tadbirkorlar kasb-hunar kolleji bitiruvchilarini ishga yollagan holatda kollejni bitirgandan boshlab o‘n ikki oy mobaynida yollanma ishchilar uchun qat’iy belgilangan soliqdan ozod etiladi. Demak, yakka tartibdagi tadbirkorlik tadbirkor tomonidan xodimlarni yuqorida keltirilgan Farmon asosida yollash huquqi bilan, mulk huquqi asosida o‘ziga tegishli bo‘lgan yoki foydalanish huquqi asosidagi mol-mulk negizida mustaqil ravishda amalga oshiriladi.

Jismoniy shaxslar yuridik shaxs tashkil etmagan holdagi birgalikdagi tadbirkorlik faoliyatini quyidagi shakllarda amalga oshirishlari mumkin:

- er-xotinning umumiy mol-mulki negizida ular tomonidan amalga oshiriladigan oilaviy tadbirkorlik;
- oddiy shirkat;
- yuridik shaxs tashkil etmagan holda dehqon xo‘jaligi.

Jismoniy shaxslar faqat yakka tartibdagi tadbirkorlar tariqasida davlat ro‘yxatidan o‘tganlaridan keyin ular birgalikdagi tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun tuziladigan oddiy shirkat a‘zolari bo‘lishlari mumkin.

Yuridik shaxs tashkil qilgan holda korxonalarini tashkil etish orqali tadbirkorlik faoliyatini yuritish shakllari keng qamrovli bo‘lib, ularni quyidagicha guruhlash mumkin:

Mulkchilik shakli bo'yicha

• jismoniy shaxslarning xususiy mulkiga asoslangan (xususiy korxonalar);

• jamoa mulki negizidagi hamkorlikka asoslangan (xo'jalik shirkatlari, mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat);

• davlat mulkiga asoslangan;

• mulkchilikning aralash shaklidagi (qo'shma korxonalar).

Band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni bo'yicha

• mikrofirma;

• kichik korxonalar;

• oilaviy korxonalar.

Tashkiliy-huquqiy shakli bo'yicha

• xususiy korxonalar;

• dehqon xo'jaligi;

• fermer xo'jaligi;

• to'liq shirkat;

• kommandit shirkat;

• mas'uliyati cheklangan jamiyat;

• qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat;

• aksiyadorlar jamiyati (ochiq va yopiq turdagi);

• ishlab chiqarish kooperativlari;

• unitar korxonalar va boshqalar.

Faoliyat yo'nalishi bo'yicha

• ishlab chiqarish yo'nalishidagi;

• xizmat ko'rsatish yo'nalishidagi;

• tijorat yo'nalishidagi;

• moliyaviy yo'nalishdagi;

• konsalting (maslahat) yo'nalishidagi va h.k.

Tarmoq tarkibi bo'yicha

• sanoat sohasidagi;

• qishloq xo'jaligi sohasidagi;

• savdo va umumiy ovqatlanish sohasidagi;

• maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi;

• transport va aloqa sohasidagi;

• uy-joy va kommunal xo'jaligi sohasidagi;

• qurilish sohasidagi;

• tijorat va moliya sohasidagi;

• ta'lim va fan sohasidagi;

• boshqa sohalardagi.

Faoliyat maqsadlariga ko'ra

- foyda olishni maqsad qilib qo'ygan tijoratchi;
- foyda olish emas, balki ijtimoiy samarani — homiylik, xayriya, beg'araz yordamni maqsad qilib qo'ygan tijoratchi bo'lmagan.

Tayyor mahsulotning maqsadlariga ko'ra

- ishlab chiqarish vositalarini ishlab chiqaruvchilar;
- iste'mol mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilar.

Texnologik umumiylikiga ko'ra

- ishlab chiqarishda kimyoviy jarayonlarning ustunligi asosidagi;
- ishlab chiqarishda mexanik jarayonlarning ustunligi asosidagi.

Yil davomida ishlash muddatiga ko'ra

- mavsumiy;
- yil bo'yi faoliyat yurituvchi.

Ixtisoslashuv darajasiga ko'ra

- ixtisoslashgan;
- universal;
- aralash.

Ixtisoslashgan korxonalar qatoriga nomenklaturasi cheklangan mahsulotlar ishlab chiqaruvchi korxonalar, universal korxonalar qatoriga turli xil mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar, aralash korxonalar tarkibiga esa ixtisoslashgan va universal korxonalar o'rtasidagi oraliq guruhni tashkil qiluvchi korxonalar kiritiladi.

Biznesda muvaffaqiyatni belgilaydigan omillarni bilish, ishtirokchilarga nafaqat biznes bilan shug'ullanishga tayyorligi va ayni vaqtdagi nuqtayi nazardan o'zlarini baholashga, balki o'zini ish bilan band etish masalasini mustaqil yechish uchun tayyorlanishga va kerakli narsalarni yig'ib qo'yishga ham imkon beradi.

Erkin bozor iqtisodiyotida tadbirkor biznesini shakllantirishi ushbu jarayonning eng muhim *tarkibiy* qismi ekanligi ta'kidlab o'tiladi. U o'zining korxonasini barpo etish va faoliyatini tashkil qilish borasida tashabbus va tavakkalni o'z zimmasiga oladi. Bu tuzilmaning quyida ko'rsatilgan to'rt omili yoki komponentining barchasi tadbirkorning nazorati ostida bo'lishi lozimligi, ya'ni ikki yoki hatto, uch komponentning mavjudligi — muvaffaqiyatga erishish uchun eng yaxshi retsept emasligini ham qayd etib o'tish lozim. To'rt komponentga ham ega bo'lish yoki ularni rivojlantirish mumkinligiga e'tibor berilmog'i kerak.

Kichik korxonani tashkil qilish ishida tadbirkor eng muhim figuradir. U potensial xaridorlar uchun u yoki bu qiymatlarni

yaratadigan korxonani tashkil qilish va (yoki) boshqarishda tashabbus va tavakkalni o'z zimmasiga oladi.

Samarali faoliyat yuritadigan kichik korxonani tashkil qilishda muvaffaqiyatga erishishning oddiy formula yoki retseptlari mavjud emas. Muvaffaqiyat, bozorda ochilayotgan imkoniyatlarni yoritish va ularni amalga oshirish yo'nalishida iste'molchilar uchun qiziqarli bo'ladigan biron narsa yaratish maqsadida zarur resurslarni safarbar qilish hamda bunga yo'ldosh bo'ladigan tavakkalni o'ziga olib bilish orqali, izchil harakat qilishga imkon beruvchi maxsus qobiliyatlar mavjudligiga bog'liq.

Ammo yuqorida nima deyilganidan qat'i nazar, MQG'R¹ modelining quyida sanab o'tilgan komponentlari muvaffaqiyatga erishishning hal qiluvchi omillaridir:

- manfaatdorlik va qat'iyatlik;
- qobiliyatlar mavjudligi;
- g'oya va tegishli bozorning mavjudligi;
- resurslarning borligi.

Yuqorida sanab o'tilgan komponentlarni amalga oshirish uchun reja bo'lishi kerak. Undan tashqari korxonani tashkil qilingan paytdan boshlab, uni boshqarish zarur.

Qanday qilib tadbirkor bo'lish mumkin? Qanday qilib men muvaffaqiyatli korxonani barpo etishim mumkin? Odamlar ko'pincha shunday savollarni berishadi. Agarda siz shu savollarga javoblarni bilsangiz, demak, siz bir zumda multimillioner bo'lib qolishingizga va ayni paytda, butun dunyoga tanilgan odam bo'lishingizga imkon bor.

Afsuski, hanzugacha bu borada oddiy javoblar yoki retseptlar paydo bo'lmadi. Shunga qaramasdan, kitobiy manbalar, kuzatuvlar va tajribadan ma'lum bo'lishicha, muvaffaqiyat, bozorda ochilayotgan imkoniyatlarni yoritish va ularni amalga oshirish yo'nalishida iste'molchilar uchun qiziqarli bo'ladigan biron narsa yaratish maqsadida zarur resurslarni safarbar qilish hamda bunga yo'ldosh bo'ladigan tavakkalni o'ziga olib bilish orqali, izchil harakat qilishga imkon beruvchi maxsus qobiliyatlar mavjudligiga bog'liq. Bu — biznes kontekstidagi tadbirkorlikning asl mazmunidir.

Tadbirkor — butun jarayonning eng muhim tarkibiy qismidir. U potensial xaridorlar uchun u yoki bu qiymatlarni yaratadigan

¹ MQG'R — manfaatdorlik, qobiliyatlar, g'oya, resurslar.

korxonani tashkil qilish va (yoki) boshqarishda tashabbus va tavakkalni o‘z zimmasiga oladi. Tadbirkorning bu ishni muvaffaqiyatli amalga oshirib borish qobiliyati to‘rt omilga, aniqrog‘i manfaatdorlikka, qobiliyatga, g‘oyalarga va resurslarga bog‘liq. Quyida ularning asl mazmuni navbat bilan bayon etiladi:

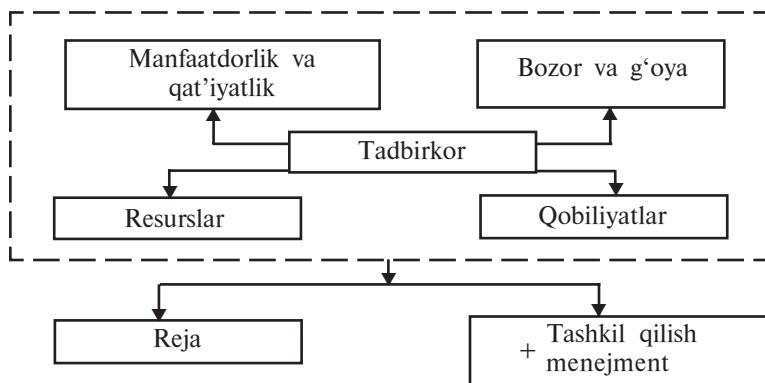
Manfaatdorlik va qat‘iyatlik. Farovonlikni ta‘minlash uchun inson yoki bir guruh odamlar korxonani tashkil qilish va uni muvaffaqiyatli qilishga qattiq manfaatdor va to‘liq qat‘iyatga ega bo‘lishlari lozimligi keng e‘tirof etilgan. Bu, masalan, ular duch kelishi mumkin bo‘lgan qiyinchiliklarni yengishda qanchalik tirishqoq bo‘lishlari, qanchalik astoydil axborot yig‘ishlari va ochilayotgan imkoniyatlarni amalga oshirish borasida qanday harakat qilishlarida aks etadi. G‘oyaga sodiq qolish va (sifatli, samarali, uzoq vaqt davomida) ishlashga tayyor bo‘lish, o‘z korxonasini tashkil qilish bo‘yicha burungi urinishlar hamda oilasi va hamkorlari tomonidan qo‘llab-quvvatlanish — manfaatdorlik va qat‘iyatlik mavjudligining qo‘shimcha belgilari bo‘ladi.

Qobiliyatlar. Yana bir muhim masala, bu bo‘lajak tadbirkor va u bilan bog‘liq bo‘lgan boshqa shaxslar korxonani boshqarish yoki loyihani amalga oshirish nuqtayi nazaridan zarur bo‘lgan bilim to‘plash, texnik yoki boshqaruv ko‘nikmalariga ega bo‘lish kabi aniq qobiliyatlarga egami, yo‘qmi, savolidan iborat. Bu sohada qobiliyatlar yo‘qligi o‘rnini qoplashning bir usuli — zarur qobiliyatlarga ega bo‘lgan odamlardan jamoa tuzish yoki shunday odamlarning xizmatini sotib olish.

G‘oya va bozor. Bu yerda aniqlanishi lozim bo‘lgan muhim omil — taklif etilishi mo‘ljallangan g‘oya, loyiha, tovar yoki xizmatning hayotiyligi. Boshqa so‘z bilan aytganda, g‘oya, tovar yoki xizmat bularni olishga qodir bo‘lgan hamda ulardan butun loyihani mantiqqa ega qilish (ya‘ni iqtisodiy ma‘noda foyda keltiradigan) uchun yetarli miqdorda foydalanishga yoki sotib olishga tayyor bo‘lgan iste‘molchilarning ehtiyojlari va istaklarini qondira oladimi? Haqiqatan ham, taqdim etilishi mo‘ljallangan narsa hozirgi paytda bozorda borlaridan yaxshiroq va diqqatga sazovor bo‘ladimi, raqobatchilar bunga qanday munosabat bildiradi?

Nihoyat, bo‘lajak tadbirkor loyihadagi resurslarni sotib olish yoki safarbar qilish imkonining darajasi tashkil qilingan korxonaning nafaqat faoliyat yuritishiga, balki ayrim hollarda,

Kichik korxonaning shakllanishining asosiy omillari



umuman uni barpo etish imkoniyatiga ham ta'sir qiladi. Sarmoya, naqd pul mablag'i, maydonlar, materiallar, jihozlar va mehnat resurslari — *resurslar* misollaridir. Infratuzilma (masalan, elektr toki, telefon aloqasi, yo'llar va h.k.) va ta'minlovchi xizmatlarning mavjudligi ham muhim bo'lishi mumkin.

Biznes-reja. Yuqorida bayon etilgan to'rt komponent tadbirkorlik g'oyasining hayotga tatbiq etilishini ta'minlashi uchun reja talab etilishi mumkin. Biznesda bunday reja hamma yerda biznes-reja, deb nomlanadi. Umuman, biznes-reja asosiy to'rt komponentni aks ettirishi lozim, ya'ni:

- Hozirgi aniq bir paytda tadbirkorlik g'oyasi, loyihasi yoki korxonaning hayotga tatbiq etilishining qaysi bosqichida turibdi?
- Siz nima qilmoqchisiz?
- Qanday yo'l bilan ularning barchasini amalga oshirmoqchisiz?
- Loyihaning amalga oshirishga sazovorligi.

Biznes-reja tuzishga oid qo'shimcha ma'lumotni o'quv qo'llanmaning 4-bobidan topish mumkin.

Tashkil qilish va menejment. Korxonaning faoliyat yuritishi lozim va shu sodir bo'lishi bilan unga samarali boshqaruv kerak bo'ladi. Korxonani tashkil qilish bosqichida yoki uning faoliyat boshlashidan oldin bajarilishi zarur bo'lgan huquqiy yoki boshqa, qonunchilik tomonidan belgilangan talablar bo'lishi mumkin.

Bunday hollarda yuristlar, buxgalterlar va (yoki) kichik biznesni qo'llab-quvvatlash agentliklari xodimlari kabi mutaxassislardan maslahat so'rashga zarurat tug'ilishi mumkin. Korxonaning o'zini

va unda kechayotgan jarayonlarni boshqarish zarur, korxonada faoliyat yuritishining samaradorligi, shu boshqaruvni, jumladan, iste'molchilarni jalb etish va ular bilan muomala qilish, naqd pul mablag'lari va moliyani boshqarish, marketing, xodimlar bilan ishlash, ta'minotchilar bilan ishlash, sifatni boshqarish va nazorat qilish tizimi — qanchalik yaxshi tashkil etilganligiga bog'liqdir. Biznesni moliyalashtirish va uni boshqarishga oid qo'shimcha ma'lumotlarni 5-bobdan topish mumkin.

Odatda, o'z faoliyatini endi boshlagan tadbirkor oldida bo'lajak faoliyatining tashkiliy-huquqiy shaklini tanlash masalasi turadi. Huquqiy shaxs yoki yakka tadbirkor bo'lish kerakmi, agar huquqiy shaxs bo'ladigan bo'lsa qanday bo'ladi, savollari ko'ndalang turadi. Ko'p hollarda, bunday muhim qaror, jiddiy tanlovsiz va uning oqibatlarini tushunmagan holda qabul qilinadi. Haqiqatan ham, bunday tanlov bo'yicha universal maslahatlar berishning iloji yo'q. O'zining holati uchun eng yaxshi tanlovni bo'lajak tadbirkorning o'zi amalga oshiradi.

Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shaklini tanlash uchun barcha mavjud shakllar haqida tasavvurga ega bo'lish maqsadga muvofiq bo'lar edi. So'ngra ularning ichidan eng yaxshi — optimal variantni tanlash kerak. Bo'lajak korxonaning tashkiliy-huquqiy shaklini tanlashda ularning o'ziga xos xususiyatlarini inobatga olish kerak. Bundan maqsad keyinchalik biron-bir xo'jalik operatsiyasini yoki biror masalani yechish uchun kompaniyani qaytadan ro'yxatdan o'tkazish kerakligi ma'lum bo'lib qolmasin.

O'zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi Qonuniga muvofiq, tadbirkorlik faoliyati subyektlari belgilangan tartibda davlat ro'yxatidan o'tgan hamda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirayotgan huquqiy va jismoniy shaxslardir. Ularga quyidagilar kiradi: yakka tadbirkorlar, uncha katta bo'lmagan firmalar va o'rtacha yillik xodimlari soni 100 kishi atrofida bo'lgan kichik korxonalar.

Tadbirkorlik subyektlari tadbirkorlik faoliyatining har qanday turi bilan shug'ullanishlari mumkin va faqat bu faoliyat O'zbekiston Respublikasining amaldagi qonunlari doirasida bo'lishi kerak.

Huquqiy shaxs shakllantirish orqali korxonada tuzish afzalligi shuki, bu holda biznesning istalgan turi va yo'nalishi bo'ylab

faoliyat olib bora olasiz. Bu vaziyatda buxgalteriya hisobi olib borilishining zarurligi va murakkabligi, naqd hisob-kitoblarining cheklanganligi kamchilik hisoblanadi.

O‘z navbatida, huquqiy shaxs shakllantirmay biznes tuzib, siz biznesning shunday qiziqarli sohalari bilan shug‘ullanish imkoniyatidan mahrum bo‘lasiz:

- mehmonxona tashkil etish;
- huquqiy shaxslarga kapital qurilish bo‘yicha xizmat ko‘rsatish;
- qurilish-montaj ishlari;
- ulgurji savdo;
- barcha turdagi neft mahsulotlarini realizatsiya qilish;
- umumiy ovqatlanish sohasida xizmat ko‘rsatish;
- teleko‘rsatuvlarni tarqatish tarmog‘iga xizmat ko‘rsatish va kabel tarmoqlari orqali teleradiodasturlarni uzatish;
- brokerlik hamda baholash faoliyati va bir qator boshqa yo‘nalishlar.

Shuningdek, qishloq joylarida qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish bilan shug‘ullanuvchi tadbirkorlik shakllari — dehqon va fermer xo‘jaliklari tashkil etgan holda faoliyat yuritish mumkin. Dehqon xo‘jaliklari o‘z a‘zolarining istagiga ko‘ra yuridik shaxs maqomida yoki yuridik shaxs tashkil etmagan holda faoliyat yuritishlari mumkin. Fermer xo‘jaliklari esa faqat yuridik shaxs maqomida faoliyat yuritishlari lozim.

Biznesni tashkil qilish turli shakllarining qator afzalliklari va shu bilan birga kamchiliklari ham mavjud. U yoki bu turdagi biznes tashkil qilishning tashkiliy-huquqiy shakllarini tanlashda qanday qilib to‘g‘ri qaror qabul qilish mumkin va bunda nimalarga asoslanish kerak?

Tadbirkorlikni amalga oshirish shakllarini belgilab beruvchi asosiy omillarni keltiramiz. Bu omillarga quyidagilar kiradi:

- biznes turi va uning o‘lchami;
- bo‘lajak ishchi hamkorlar soni ularning biznesni boshqarishdagi ishtiroki va har birining mas‘uliyati;
- korxonada tuzuvchilari ixtiyoridagi mablag‘lar va qonun tomonidan belgilangan Nizom fondining eng kichik o‘lchamlari;
- Nizom fondidagi har bir hamkor ulushining miqdori.

Sanab o‘tilgan har bir huquqiy shakllarning o‘ziga xos xususiyatlari bor. Eng ko‘p tarqalgan biznesni tashkil qilish shakllarining afzallik va kamchiliklarini batafsil ko‘rib chiqamiz.

Biznesni tashkil qilish shakli	Afzalliklari	Kamchiliklari
Yakka tad-birkorlik	<ul style="list-style-type: none"> • yaxshi kasbiy sifatlarga ega odamga o'ziga zarur ish haqi bilan ta'minlash, ishga joylashish muammosini hal qilish imkonini beradi; • oson va arzon ro'yxatdan o'tkaziladi; • davlat boshqaruvi kam; • ko'p miqdordagi buxgalteriya hujjatlarini yuritish talab etilmaydi; • 3 kishigacha ishchilarni yollab ishlatish imkoniyati mavjud; • moslashuvchanlik, tezkor qaror qabul qilish imkoniyati. 	<ul style="list-style-type: none"> • xo'jalik subyektining mavjudlik vaqti jismoniy shaxs umri bilan cheklangan; • biznes miqyosi cheklanganligi uchun boshlang'ich sarmoyani to'plash qiyin; • «rasmiiy» biznes vakillaridan hech kim bunday ishga jiddiy ravishda sarmoya kiritishni xohlamaydi; • kredit resurslarini olish cheklangan; • agar siz qarzga pul olsangiz, sizning mulkingiz xavf ostida qoladi; • tadbirkorlikning barcha muammolarini bajarish qiyin; dam olish kuni, kasallik varaqasi, ijtimoiy to'lovlar bilan bog'liq muammolar.
Xususiy korxon	<ul style="list-style-type: none"> • biznesni boshqarishning soddaligi; • ta'sis hujjatlarini tayyorlash (faqat Nizom) va korxonani davlat tomonidan rasmiylashtirish (ro'yxatdan o'tkazish) nihoyatda soddalashtirilgan; • Nizom fondining miqyosi korxonaga egasi tomonidan belgilanadi; • ishchilarni yollab ishlatish imkoniyati mavjud; • foyda soliq va boshqa majburiy to'lovlar to'langach mulk egasi ixtiyoriga kelib tushadi va soliqqa tortilmaydi. 	<ul style="list-style-type: none"> • ta'sischi o'z korxonasining mas'uliyatiga (javobgarligiga) unga tegishli mulk bilan javobgar hisoblanadi.
Mas'uliyati cheklangan jamiyat (MCHJ)	<ul style="list-style-type: none"> • har bir qatnashchining moddiy javobgarligi jamiyatning Nizom fondiga qo'shgan summasi bilan cheklanadi; • Nizom fondining eng kichik o'lchami 50 MHTMO' (mehnatga haq to'lashning minimal o'lchami)ga teng; • biznesni yollanma ijrochi direktor yordamida boshqarish imkoniyati mavjud. 	<ul style="list-style-type: none"> • kreditlash va bitimlar tuzish imkoniyatining cheklanganligi (javobgarlik korxonaga Nizom fondi o'lchami bilan belgilanadi).

3.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik hamda uni O‘zbekistonda tashkil etishning o‘ziga xos xususiyatlari

O‘zbekistonda kichik biznes va xususiy korxonalar tashkil qilishni rivojlantirishga alohida ahamiyat berilmoqda.

Mamlakatimizda bu siyosatni amalga oshirish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish jadal sur‘atlar bilan amalga oshirilmoqda. Buning uchun yetarlicha qonuniy-me‘yoriy asoslar yaratildi va qabul qilindi.

Ana shu yo‘nalishdagi islohotlar natijasida 2015-yilga kelib mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushi 2000-yildagi 31 % dan bugungi kunda 56,7 % ga yetdi yoki 1,8 barobarga oshdi. Hozirgi paytda ushbu sohada jami sanoat mahsulotlarining uchdan bir qismi, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining 98 % ishlab chiqarilmoqda. Ish bilan band jami O‘zbekiston aholisining 77 % dan ortig‘i ushbu tarmoqda mehnat qilmoqda.

Bizning bunday yutuqlarimiz jahon hamjamiyati tomonidan ham e‘tirof etilmoqda. Xususan, Jahon bankining ma‘ruzasida O‘zbekiston keyingi yillarda tadbirkorlik faoliyati uchun ishbilarmonlik muhitini yaxshilash sohasida eng yaxshi natijalarga erishgan dunyodagi o‘n davlat qatoridan joy olgani qayd etilgan.

O‘zbekiston Respublikasining «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida»gi Qonuniga ko‘ra, kichik biznes bilan shug‘ullanuvchi tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllari quyidagilardan iborat:

- yakka tartibdagi tadbirkorlar;
- mikrofirmalar;
- kichik korxonalar;
- oilaviy korxonalar.

Shuningdek, jismoniy shaxslar yuridik shaxs tashkil etmagan holda birgalikdagi tadbirkorlik faoliyatini oilaviy tadbirkorlik, oddiy shirkat va dehqon xo‘jaligi shakllarida amalga oshirishi mumkin.

Ayni vaqtda, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish maqsadida tadbirkorlik subyektlari, ya‘ni tadbirkorlik tashkilotlari tuziladi.

Xususiy tadbirkor o'z faoliyatida yollanma mehnatdan foydalansa, u yuridik shaxs hisoblanadi va tadbirkorlikni O'zbekiston Respublikasining «Xususiy korxonalar to'g'risida»gi, «Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi Qonunlari va boshqa me'yo-riy hujjatlar asosida amalga oshirishi zarur.

Qishloq xo'jaligida xususiy tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllari O'zbekiston Respublikasining 1998-yil 30-aprelda qabul qilingan «Fermer xo'jaligi to'g'risida»gi, «Dehqon xo'jaligi to'g'risida»gi Qonunlarida o'z ifodasini topgan. Fermer xo'jaligi o'ziga uzoq muddatli ijaraga berilgan yer maydonlaridan foydalangan holda mahsulot yetishtiruvchi, qishloq xo'jaligi bilan shug'ullanuvchi, fermer xo'jaligi a'zolarining birgalikdagi faoliyatiga asoslangan, yuridik shaxs huquqlariga ega mustaqil xo'jalik yurituvchi subyektdir. Fermer xo'jaligida mehnat shartnomasi asosida ishlayotgan shaxslar fermer xo'jaligi a'zosi hisoblanmaydi. Tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakllari tizimida xo'jalik shirkatlari va jamiyatlarining har xil turlari yetakchi o'rinda turadi.

Qishloq xo'jaligi bilan shug'ullanuvchi oddiy xo'jalik shirkati umumiy nom ostida birgalikda tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun bir nechta shaxsning birlashuvidir. Xo'jalik jamiyati tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun bir shaxs yoki bir nechta shaxsning mulklarini birlashtirish yo'li bilan tashkil qilinadigan korxonadir.

Ishtirokchilarning shirkat nomidan o'zaro tuzilgan shartnomaga muvofiq, tadbirkorlik faoliyati bilan birgalikda shug'ullanadigan va shirkatning majburiyatlari bo'yicha o'zlariga tegishli barcha mulk bilan javobgar shirkat *to'liq shirkatdir*. Ishtirokchilarning bir qismi shirkat faoliyati bilan bog'liq zarar uchun qo'shilgan summa yoki badallar chegarasida tavakkal qiladigan va shirkat amalga oshiradigan tadbirkorlik faoliyati *kommandit shirkat* deb ataladi.

Xususiy tadbirkorlik deb, jismoniy shaxs tomonidan tadbirkorlik faoliyatining yuritilishi tushuniladi. Tadbirkorlik faoliyati subyektlari respublikamizda o'rnatilgan tartibga muvofiq ro'yxatdan o'tgan yuridik va jismoniy shaxslardir.

Tadbirkorlik faoliyati subyektlari yirik yoki kichik tadbirkorlik subyektlariga bo'linadi. O'zbekistonda tadbirkorlik subyektlarining

asosiy qismini kichik tadbirkorlik subyektlari tashkil etadi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoniga muvofiq, xususiyl tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish asosida mulkdorlar sinfini shakllantirish, kichik biznes va xususiyl tadbirkorlik faoliyati sohasiga kredit resurslarini keng jalb qilish hamda xorijiy sarmoyalarni bevosita olib kirish uchun maqbul sharoit yaratish maqsadida, 2004-yil 1-yanvardan quyidagi toifalar asosida kichik biznes subyektlari maqomi belgilandi:

1. Yakka tartibdagi tadbirkor:

- yuridik shaxs tashkil qilmasdan;
- mustaqil ravishda, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-4725-sonli Farmoni asosida bir nafardan uch nafargacha ishchini yollash huquqi bilan;
- tadbirkorga tegishli mulk asosida, shuningdek, mulkka egalik qilish va mulkdan foydalanishning boshqa huquqiga asosan.

2. Mikrofirma:

- ishlab chiqarish sohasida — 20 kishidan ko‘p bo‘lmagan;
- xizmat ko‘rsatish sohasida — 10 kishidan ko‘p bo‘lmagan;
- savdo sohasida — 5 kishidan ko‘p bo‘lmagan yuridik shaxsdir.

3. Kichik korxonalar:

• yengil va oziq-ovqat sanoati, metallni qayta ishlash, yog‘ochni qayta ishlash, mebel va qurilish materiallari sanoatida — 100 kishidan ko‘p bo‘lmagan;

• yoqilg‘i-energetika va kimyo sanoati, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini qayta ishlash va qurilish sanoatida — 50 kishidan ko‘p bo‘lmagan;

• fan, ta‘lim, maorif, aloqa, savdo va umumiy ovqatlanish sohalarida — 25 kishidan ko‘p bo‘lmagan yuridik shaxsdir.

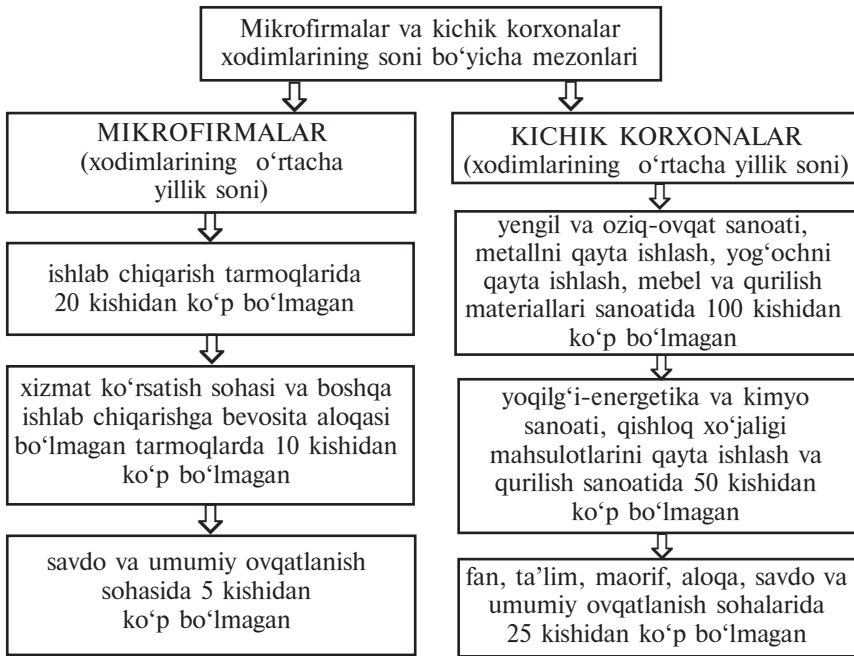
4. Oilaviy korxonalar:

• korxonalar ishtirokchilarining va yollanma xodimlarning umumiy soni kichik biznes subyektlari uchun belgilangan xodimlar o‘rtacha yillik sonidan ko‘p bo‘lmasligi kerak;

• oilaviy korxonalar ishtirokchilarining eng kam soni ikki kishidan oz bo‘lmasligi lozim;

• bir oilaviy korxonalar ishtirokchisi bir vaqtning o‘zida boshqa oilaviy korxonalar ishtirokchisi bo‘lishi mumkin emas.

Shuningdek, mazkur ma‘lumotlar chizmada quyidagi shaklda namoyon bo‘ladi:



O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2010-yil 28-iyuldagi Farmoniga muvofiq respublikamizda oliy o'quv yurtlari, kasb-hunar kolleji va akademik litsey bitiruvchilarini ish o'rinlari bilan ta'minlashni rag'batlantirish maqsadida kichik biznes subyektlari tomonidan kollej bitiruvchilari ishga qabul qilinib, ular bilan mehnat shartnomasi tuzganda xodimlar sonining me'yorlari 20 % ga oshirilishga ruxsat etiladi, shuningdek, bunday holda mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun nazarda tutilgan imtiyozlar, kafolatlar va huquqlar ularda saqlanib qoladi.

3.3. Turli shakldagi korxonalar

Kichik korxonalar

Kichik korxonalar tarmoqqa oidligiga ko'ra, quyidagi korxonalar kiritiladi:

- yengil va oziq-ovqat sanoatidagi, metallga ishlov berish va asbobsozlik, yog'ochsozlik, mebel sanoati hamda qurilish materiallari sanoatidagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan yuz kishi bo'lgan korxonalar;
- mashinasozlik, metallurgiya, yonilg'i-energetika va kimyo sanoati, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish va qayta ishlash, qurilish hamda boshqa sanoat-ishlab chiqarish soha-

laridagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan ellik kishi bo'lgan korxonalar;

- fan, ilmiy xizmat ko'rsatish, transport, aloqa, xizmat ko'rsatish sohalari (sug'urta kompaniyalaridan tashqari), savdo va umumiy ovqatlanish hamda boshqa noishlab chiqarish sohalaridagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan yigirma besh kishi bo'lgan korxonalar.

Kichik tadbirkorlik subyektlari xodimlarining o'rtacha yillik sonini aniqlashda unitar (sho'ba) korxonalarda, filiallarda va vakolatxonalarda ishlovchilarning soni ham hisobga olinadi.

Faoliyatning bir necha turini amalga oshiruvchi (ko'p tarmoqli) yuridik va jismoniy shaxslar yillik aylanma hajmida ulushi eng ko'p bo'lgan faoliyat turi mezonlari bo'yicha kichik tadbirkorlik subyektlariga kiradi.

Kichik tadbirkorlik subyektlari uchun qonun hujjatlarida nazarda tutilgan imtiyozlar, kafolatlar va huquqlar yuqorida sanab o'tilgan tijorat tashkilotlariga ular tomonidan vakolatli tashkilotlarga (davlat soliq, bojxona xizmati organlari, davlat statistika organlari, banklar va boshqalarga) imtiyozlar, kafolatlar va huquqlar xususiyatidan kelib chiqib, kichik tadbirkorlik subyektlari ekanligi haqida xabarnoma taqdim etgan holda qilingan murojaatlar asosida beriladi.

Mulkiy shakli bo'yicha kichik tadbirkorlik subyektlari shartli ravishda quyidagicha guruhlanadi:

- *yakka mulk egaligi* (yakka tartibdagi tadbirkorlar, dehqon xo'jaliklari, xususiy korxonalar);

- *hamkorlik* (xo'jalik shirkatlari, mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat, fermer xo'jaliklari va boshq.).

Yakka mulk egaligi o'z manfaatlari yo'lida biznesni mustaqil tashkil etish imkonini beradi. Uning *afzalliklari* quyidagilarda ko'rinadi:

- yakka mulk egaligiga asoslangan tadbirkorlikni tashkil etish nisbatan oson kechadi, ya'ni ularni davlat ro'yxatidan o'tkazish va hisobga qo'yish hamda tadbirkorlik faoliyatini yuritish uchun ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi yengil;

- yakka mulk egasi o'z biznesiga o'zi xo'jayin va mustaqil xo'jalik yuritish hamda qarorlar qabul qilish imkoniyatiga ega.

Ammo shu bilan birga, uning kamchiliklari ham mavjud:

- ko'p holatlarda yakka tadbirkorning keyinchalik o'z biznesini kengaytirish va ko'proq daromad topish imkoniyatlari moliyaviy jihatdan cheklangan bo'ladi;

- moliyaviy resurslarning cheklanganligi sababli tijorat banklari va boshqa moliyaviy muassasalar ko'p holatlarda yakka tadbirkorlar bilan hamkorlik qilishga moyil bo'lmaydi;

- yakka mulk egasi tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va boshqarish bilan bog'liq barcha vazifalarni (xodimlarni yollash va boshqarish, moddiy ta'minot, mahsulotni sotish, ishlab chiqarishning texnologik jarayonlarini tashkil etish, mablag'larni jalb etish, buxgalteriya hisobi va hisobot shakllarini yuritish va h.k.) bir o'zi bajarishiga to'g'ri keladi va bular uning ko'p vaqtini band etadi;

- yakka tadbirkorlik subyektini cheklanmagan javobgarlikka ega bo'ladi, ya'ni noto'lovlar vujudga kelganda kreditorlar uning shaxsiy mulkiga ham da'vo qo'zg'atishi mumkin.

Hamkorlik biznesni tashkil etishning yakka tadbirkorlikka nisbatan mukammalroq shakli hisoblanadi. Hamkorlikda ikki yoki undan ortiq sheriklar korxonani tashkil etish va uni birgalikda boshqarishga kelishib olishadi. Bunda ular korxonani ta'sis etish jarayonida o'zlarining moliyaviy mablag'larini va ishbilarmonlik qobiliyatlarini ham birlashtirishadi. Shu bilan birga, biznesni yuritish bilan bog'liq tadbirkorlik xatari hamda foyda yoki zararlarni o'zaro taqsimlaydilar. Korxonani faoliyatida ishtirok etishiga ko'ra, hamkorlar turlicha mavqega ega bo'lishadi. Ayrim hollarda hamma sheriklar biznesni boshqarishda birdek faol ishtirok etishsa, boshqa holatlarda bir nechta sheriklar boshqaruvda ishtirok etmasligi mumkin (masalan, kommandit shirkatda).

Hamkorlikning afzalliklari:

- yakka tadbirkorlikdagi kabi hamkorlikdagi biznesni tashkil etish ham birmuncha oson kechadi;

- ishtirokchilar sonining ko'pligi boshqaruvda ixtisoslashuv imkoniyatini yaratadi;

- bir nechta sheriklarning resurslarini birlashtirish oqibatida korxonaning moliyaviy barqarorligi kuchayadi va kredit beruvchi muassasalardan qarzga mablag'lar jalb etish imkoniyati kengayadi.

Hamkorlikning kamchiliklari:

- korxonani boshqarishda bir nechta kishi ishtirok etganda, boshqaruv qarorlari qabul qilishda fikrlar va manfaatlarining mos kelmasligi, o'zaro kelishmovchiliklar hamda ayrim sheriklarning mas'uliyatsizligi biznesning muvaffaqiyatli rivojlanishiga xalaqit qilishi mumkin;

- garchi, yakka mulk egaligiga nisbatan moliyaviy imkoniyatlar kengroq bo'lsa-da, biznes doirasini kengaytirish va yirik

loyihalarni amalga oshirish uchun mablag‘ yetishmasligi mumkin;

- hamkorlikning davomiyligini oldindan bashorat etib bo‘lmaydi, bir yoki bir nechta sherikning biznesdan chiqishi korxonaning faoliyatiga salbiy ta‘sir ko‘rsatadi;

- hamkorlikda biron-bir sherikning uquqsizligi yoki mas‘uliyatsizligi natijasida ko‘rilgan zarar uchun barcha sheriklar birdek moddiy javobgar bo‘lishadi.

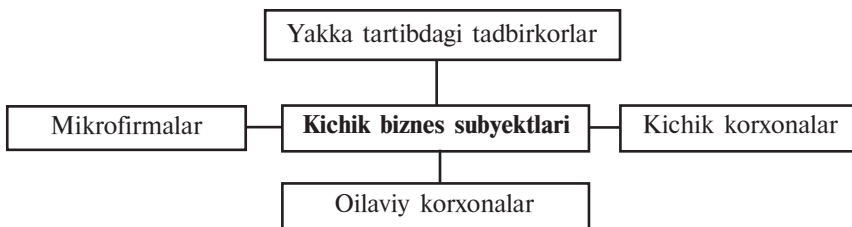
Oilaviy korxonalar

Oila a‘zolari yoki boshqa qarindoshlar ishtirokida tadbirkorlik faoliyatini yuritmoqchi bo‘lgan shaxslar uchun 2012-yilning 26-aprelida O‘zbekiston Respublikasining «Oilaviy tadbirkorlik to‘g‘risida»gi Qonuni qabul qilindi. Unga ko‘ra, oilaviy tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanuvchi korxonaning ishtirokchilarining va yollanma xodimlarning umumiy soni kichik biznes subyektlari uchun belgilangan xodimlar o‘rtacha yillik sonidan ko‘p bo‘lmasligi kerak, shuningdek, oilaviy korxonaning ishtirokchilarining eng kam soni ikki kishidan oz bo‘lmasligi lozim va bir oilaviy korxonaning ishtirokchisi bir vaqtning o‘zida boshqa oilaviy korxonaning ishtirokchisi bo‘lishi mumkin emas. Agar oilaviy korxonaning xalq badiiy hunarmandchiligi faoliyati bilan shug‘ullanadigan bo‘lsa, soliq imtiyoziga ega bo‘ladi. Boshqa faoliyat turlari bilan shug‘ullanganda oilaviy korxonalar yagona soliq to‘lovi to‘laydilar.

Mazkur qonunda oilaviy korxonaning tashkil etish tartib-qoidalari belgilab qo‘yilgan. Qonunning 4-moddasiga muvofiq, oilaviy korxonaning ishtirokchilari tomonidan tovarlar ishlab chiqarish (ishlar bajarish, xizmatlar ko‘rsatish) va realizatsiya qilishni amalga oshirish uchun ixtiyoriy asosda, oilaviy korxonaning ishtirokchilarining ulushli yoki birgalikdagi mulkida bo‘lgan umumiy mol-mulk, shuningdek, oilaviy korxonaning ishtirokchilaridan har birining mol-mulki negizida tashkil etiladigan kichik biznes subyektidir. Oilaviy korxonaning faoliyati uning ishtirokchilarining shaxsiy mehnatiga asoslanadi.

Oilaviy korxonaning ishtirokchilari — oila boshlig‘i, uning xotini (eri), bolalari va nabiralari, ota-onasi, mehnatga qobiliyatli yoshga to‘lgan boshqa qarindoshlari (bolalari va nabiralari erlari (xotinlari)), tug‘ishgan hamda o‘gay aka-uka va opa-singillari, ularning erlari (xotinlari) hamda bolalari, tog‘a, amaki hamda amma va xolalari bo‘lishi mumkin.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda kichik biznes subyektlari turlarini chizma orqali quyidagicha ifodalash mumkin:



3.3.1-rasm. Kichik biznes subyektlari.

Kasanachilik bilan shug'ullanish va uning afzalliklari

Respublikamizda kasanachilik bilan shug'ullanish ko'p jihatdan ma'lum kasbga ega bo'lib, uy sharoitida ishlashni ma'qul ko'radigan fuqarolar uchun juda qulaydir. Umuman olganda, kasanachilik tushunchasi tuzilgan mehnat shartnomasiga muvofiq, jismoniy shaxs — kasanachining yashash joyi bo'yicha unga yoki uning oila a'zolariga tegishli bo'lgan boshqa binolarda ish beruvchining buyurtmalari bo'yicha tovarlar ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko'rsatish tushuniladi. Mamlakatimizda kasanachilikni rivojlantirish maqsadida bir necha imtiyozlar joriy etilgan. Masalan, korxonalar bilan mehnat shartnomasini tuzgan kasanachilarga xuddi biron korxonada shtat asosida ishlayotgan xodimdek mehnat daftarchasi ochiladi va band aholi toifasiga kiradi, eng muhimi ularga, pensiyalar va ijtimoiy sug'urta bo'yicha nafaqalar tayinlashda kasanachilik asosida ishlagan vaqti mehnat stajiga qo'shiladi.

Shu bilan birga, korxonalar uchun ham kasanachilar mehnatidan foydalanish qulay, chunki ular mehnat shartnomasi asosida kasanachilarga to'lanadigan mablag'larga teng miqdorda, mehnatga haq to'lash fondidan yagona ijtimoiy to'lovni to'lashdan ozod etilgan. Agar korxonalar kasanachi mehnatidan foydalanmasdan fuqaroni ishchi xodim sifatida qabul qilsa, unga hisoblangan ish haqiga nisbatan 25 % miqdorida yagona ijtimoiy to'lov to'lanishi kerak, ushbu xizmatni kasanachi mehnatidan foydalanib tashkil etsa, u holda 25 % miqdorida yagona ijtimoiy to'lovni to'lashdan ozod etiladi. Ushbu imtiyoz bilan birga agar kasanachilik bilan shug'ullanayotgan jismoniy shaxslarni jalb qilgan holda kichik korxonalar ko'rinishida ishni tashkil etsalar, xodimlar sonining cheklangan me'yorlarini 30 % ga oshirishga ruxsat etiladi.

Kasanachi o'zining uyida mehnat faoliyatini ko'rsatayotgan bo'lsa, turar joylarni yashash uchun mo'ljallanmagan joylar toifasiga o'tkazish talab etilmaydi, ya'ni ortiqcha hujjatlar yig'ib hokimiyatdan

noturar joy obyektini sifatida ruxsatnoma olish kerak emas. Agarda fuqarolar o'z turar joyidan kasanachilikdan tashqari tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishda foydalanmoqchi bo'lsa, o'rnatilgan tartibda noturar joy obyektini sifatida ruxsatnoma olishi shart.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2009-yil 15-maydagi qaroriga ko'ra, kichik korxonalar o'z uylarida ishlayotgan (kasanchilik bilan shug'ullanayotgan) fuqarolar bilan, qonun hujjatlarida belgilangan xodimlar sonining cheklangan normatividan ko'pi bilan 30 % oshgan miqdorda mehnat shartnomalari tuzganda, kichik korxonalar uchun nazarda tutilgan kafolatlar, imtiyozlar va preferensiyalar mazkur korxonalar uchun saqlanib qoladi.

Hozirda tadbirkorlikni rivojlantirish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasiga xorijiy sarmoyalarni olib kirish uchun mikrofirmalar, kichik korxonalar tashkil etilib, maqbul sharoitlar yaratilmoqda.

Xususiy korxonalar

O'zbekiston Respublikasining 2003-yil 11-dekabrda «Xususiy korxonalar to'g'risida»gi Qonuni 3-bandiga muvofiq, «Mulkdor yagona jismoniy shaxs tomonidan tuzilgan va boshqariladigan tijoratchi tashkilot xususiy korxonalar, deb e'tirof etiladi. Xususiy korxonalar tadbirkorlik subyektlarining tashkiliy-huquqiy shaklidir.

Xususiy korxonalar o'z mulkida alohida mol-mulkka ega bo'ladi, o'z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo'lishi hamda ularni amalga oshirishi, majburiyatlarni bajarishi, sudda da'vogar va javobgar bo'lishi mumkin.

Xususiy korxonalar o'z majburiyatlari bo'yicha o'ziga qarashli butun mol-mulk bilan javob beradi. Xususiy korxonalar mulkdori korxonaning mol-mulki yetarli bo'lmagan taqdirda xususiy korxonaning majburiyatlari bo'yicha o'ziga qarashli mol-mulk bilan qonun hujjatlariga muvofiq subsidiar javobgar bo'ladi».

Xususiy korxonalar to'liq firma nomiga ega bo'lishi lozim va qisqartirilgan firma nomiga ega bo'lishga haqli. Xususiy korxonaning to'liq firma nomi uning to'liq nomini va «xususiy korxonalar» degan so'zlarni o'z ichiga olgan bo'lishi kerak. Xususiy korxonaning qisqartirilgan firma nomi uning qisqartirilgan nomini va «xususiy korxonalar» degan so'zlarni yoki «XK» abbreviaturasini o'z ichiga olishi kerak.

Xususiy korxonalar yuridik shaxs hisoblanadi, mustaqil balansga, muhrga, banklarda hisob-kitob schotiga ega bo'ladi. U o'z

filiallari, sho'ba korxonalari va vakolatxonalarini tashkil etish huquqiga ega. Xususiy korxonalar mulkdor tomonidan, uning tegishli mol-mulki negizida tuziladi. Mulkdor xususiy korxonaning:

- ustavini tasdiqlaydi;
- korxonani rahbar sifatida yakka boshqaradi;
- korxonalar nomidan ishonchnomasiz ish ko'radi, uning manfaatlarini ifodalaydi;
- xususiy korxonaning pul mablag'larini hamda boshqa mol-mulkini tasarruf etadi;
- shartnomalar, shu jumladan, mehnat shartnomalari tuzadi, ishonchnomalar beradi;
- banklarda hisobvaraqlar ochadi, shartlarni tasdiqlaydi, korxonaning barcha xodimlari uchun majburiy bo'lgan buyruqlar chiqaradi va ko'rsatmalar beradi.

Xususiy korxonalar mulkini asosiy va aylanma mablag'lar, shuningdek, qiymati korxonaning mustaqil balansida aks ettiriladigan boshqa pul-moddiy boyliklar tashkil qiladi.

Xususiy korxonalar o'z mahsuloti (ishlar, xizmatlar)ni, ishlab chiqarish chiqitlarini mustaqil yoki shartnoma asosida belgilangan narxlar va tariflar bo'yicha sotish huquqiga ega.

Korxonalar egasining barcha ishlab chiqarish xarajatlari qoplangandan, soliqlar, yig'imlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langandan, shuningdek, kreditorlar bilan hisob-kitob qilindandan so'ng qoladigan daromadi (foydasi) uning o'z xohishiga ko'ra tasarruf etiladi. Xususiy korxonalar tomonidan ishlab chiqariladigan buyumlar, ularda firma belgisi yoki ishlab chiqaruvchining familiyasi, buyumning nomi yoki ramzi va boshqa zarur ma'lumotlar ko'rsatilib, markirovka qilinishi kerak.

Xususiy korxonalar xodimlarni tomonlarning huquq va majburiyatlarini ko'rsatilib, yozma shaklda tuzilgan mehnat shartnomasi (kontrakti) bo'yicha yollaydilar. Ular O'zbekiston Respublikasining mehnat to'g'risidagi qonun hujjatlari talablariga rioya qilishga, ichki mehnat tartibi qoidalarini belgilashga, mehnat xavfsizligi, sanitariya va gigiyena talablariga rioya qilinishini ta'minlashga majburdir.

Yollanib ishlayotgan shaxslar mehnatiga shartnoma yoki kontraktida ko'rsatib o'tilgan haq miqdori davlat tomonidan belgilangan eng kam ish haqi miqdoridan kam bo'lishi mumkin emas. Xususiy korxonalar o'z huquq va manfaatlarini himoya qilish maqsadida qonunga muvofiq assotsiatsiya (uyushma)larga va boshqa birlashmalarga birlashishlari mumkin.

Xo'jalik shirkatlari, mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar

Yuridik shaxs maqomida faoliyat ko'rsatadigan tadbirkorlik subyektlari *xo'jalik shirkatlari* yoki *jamiyatlari* shaklida tashkil etilishi mumkin. Fuqarolik kodeksining 58-moddasida xo'jalik shirkatlari va jamiyatlariga quyidagicha ta'rif beriladi: «Ulushlarga (qo'shilgan hissalariga) yoki muassislarning (ishtirokchilarning) aksiyalariga bo'lingan ustav fondi (ustav kapitali)ga ega bo'lgan tijoratchi tashkilotlar xo'jalik shirkatlari va jamiyatlari hisoblanadi. Muassislar (ishtirokchilar) qo'shgan hissalar yoki ular sotib olgan aksiyalar hisobiga vujudga keltirilgan, shuningdek, xo'jalik shirkati yoki jamiyati o'z faoliyati jarayonida ishlab chiqargan va sotib olgan mol-mulk mulk huquqi asosida unga tegishlidir».

Xo'jalik shirkatlari O'zbekiston Respublikasining 2001-yil 6-dekabrda qabul qilingan «Xo'jalik shirkatlari to'g'risida»gi Qonuni bilan tartibga solib turiladi. Muassislarning ulushlariga (hissalariga) bo'lingan ustav fondiga ega bo'lgan tijorat tashkiloti xo'jalik shirkati hisoblanadi, bunday shirkatda muassislar yoki ulardan ayrimlari shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyati yuritishda shaxsan ishtirok etadilar. Xo'jalik shirkati qonun hujjatlarida taqiqlanmagan har qanday turdagi faoliyatni amalga oshirishi mumkin. Ro'yxati qonunlarda belgilanadigan faoliyatning ayrim turlari bilan xo'jalik shirkati faqat litsenziya asosida shug'ullanishi mumkin.

Xo'jalik shirkati boshqa yuridik shaxslarning muassisi (ishtirokchisi) bo'lishi, vakolatxonalar va filiallar tashkil etishi mumkin. Xo'jalik shirkati to'liq firma nomi davlat tilida ifodalanmagan va shirkatining joylashgan manzili ko'rsatilgan dumaloq muhrga ega bo'lishi kerak. Shuningdek, u o'zining firma nomi yozilgan shtamplariga va blanklariga, o'z ramziga, belgilangan tartibda ro'yxatga olingan tovar belgisiga va boshqa o'z belgi-alamatlariga ega bo'lishga haqlidir.

Xo'jalik shirkatlari *to'liq shirkat* yoki *kommandit shirkat* shaklida tuziladi. Ishirokchilari (to'liq sheriklari) o'z o'rtalarida tuzilgan shartnomaga muvofiq, shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadigan hamda uning majburiyatlari bo'yicha o'zlariga qarashli butun mol-mulk bilan javob beradigan shirkat *to'liq shirkat*, deb hisoblanadi.

To'liq shirkatning firma nomi yo uning barcha ishtirokchilari nomini (nomlanishini), shuningdek, «*to'liq shirkat*» degan so'zlarni yoxud bir yoki bir necha ishtirokchining «*va kompaniya*» so'zlari

qo‘shilgan nomini (nomlanishini), shuningdek, «*to‘liq shirkat*» degan so‘zlarni o‘z ichiga olishi kerak.

Shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiradigan hamda shirkatning majburiyatlari bo‘yicha o‘zlarining butun mol-mulkleri bilan javob beradigan ishtirokchilar (to‘liq sheriklar) bilan bir qatorda, shirkat faoliyati bilan bog‘liq zararlar uchun o‘zlari qo‘shgan hissalar doirasida javobgar bo‘ladigan hamda shirkat tomonidan tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda ishtirok etmaydigan bir yoki bir necha ishtirokchi (hissa qo‘shuvchi, kommanditchi) mavjud bo‘lsa, bunday shirkat *kommandit shirkat*, deb hisoblanadi.

Yakka tadbirkorlar va tijoratchi tashkilotlar to‘liq shirkatning ishtirokchilari hamda kommandit shirkatda to‘lik sheriklar bo‘lishi mumkin. Xo‘jalik shirkati ishtirokchilari quyidagilarga haqlidirlar:

- xo‘jalik shirkatining ishlarini boshqarishda qatnashish;
- xo‘jalik shirkatining faoliyati to‘g‘risida axborot olish, ta‘sis shartnomasida belgilangan tartibda buxgalteriya daftarlari va boshqa hujjatlar bilan tanishish;
- foydani taqsimlashda ishtirok etish;
- xo‘jalik shirkati tugatilgan taqdirda, kreditorlar bilan hisob-kitob qilinganidan keyin qolgan mol-mulkning bir qismini yoki uning qiymatini qonun hujjatlarida nazarda tutilgan tartibda olish.

Shirkatning ustav fondi (ustav kapitali) uning ishtirokchilari ulushlarining nominal qiymatidan tarkib topadi. Qonunchilikda shirkat ustav fondi (ustav kapitali)ning miqdori shirkatni davlat ro‘yxatidan o‘tkazish uchun hujjatlarni taqdim etish sanasidagi holatga ko‘ra, qonun hujjatlarida belgilangan eng kam oylik ish haqining ellik baravaridan kam bo‘lmasligi belgilangan. Shirkat ishtirokchisining shirkat ustav fondi (ustav kapitali)dagi ulushining miqdori foizlarda yoki kasr ko‘rinishida belgilanadi. Shirkat ishtirokchisi ulushining miqdori uning ulushi nominal qiymati bilan shirkat ustav fondi (ustav kapitali)ning o‘zaro nisbatiga muvofiq bo‘lishi kerak.

Tadbirkorlik subyektlari o‘z faoliyatlarini *xo‘jalik jamiyatlari* shaklida tashkil etishlari ham mumkin. Xo‘jalik jamiyatlarining faoliyati O‘zbekiston Respublikasining 2001-yil 6-dekabrda qabul qilingan «Mas‘uliyati cheklangan hamda qo‘shimcha mas‘uliyatli jamiyatlar to‘g‘risida»gi Qonuni bilan tartibga solinadi. Bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta‘sis etilgan, ustav fondi (ustav kapitali) ta‘sis hujjatlari bilan belgilangan miqdorlarda ulushlarga

bo‘lingan xo‘jalik jamiyati *mas‘uliyati cheklangan jamiyat*, deb hisoblanadi. Mas‘uliyati cheklangan jamiyatning ishtirokchilari uning majburiyatlari bo‘yicha javobgar bo‘lmaydilar va jamiyat faoliyati bilan bog‘liq zararlar uchun o‘zlari qo‘shgan hissalar qiymati doirasida javobgar bo‘ladilar.

Bir yoki bir necha shaxs tomonidan ta‘sis etilgan, ustav fondi (ustav kapitali) ta‘sis hujjatlari bilan belgilangan miqdordardagi ulushlarga bo‘lingan xo‘jalik jamiyati *qo‘shimcha mas‘uliyatli jamiyat*, deb hisoblanadi. Bunday jamiyatning ishtirokchilari jamiyat majburiyatlari bo‘yicha o‘ziga tegishli mol-mulklari bilan hamma uchun bir xil bo‘lgan va qo‘shgan hissalar qiymatiga nisbatan jamiyatning ta‘sis hujjatlarida belgilanadigan karrali miqdorda javobgar bo‘ladilar.

Mas‘uliyati cheklangan jamiyatning to‘liq firma nomi jamiyatning to‘liq nomini va «*mas‘uliyati cheklangan jamiyat*» so‘zlarini o‘z ichiga oladi. Mas‘uliyati cheklangan jamiyatning qisqartirilgan firma nomi uning to‘liq yoki qisqartirilgan nomini hamda «*mas‘uliyati cheklangan jamiyat*» so‘zlarini yoki MCHJ abbreviaturasini o‘z ichiga oladi. Qo‘shimcha mas‘uliyatli jamiyatning to‘liq firma nomi jamiyatning to‘liq nomini va «*qo‘shimcha mas‘uliyatli jamiyat*» so‘zlarini o‘z ichiga olishi kerak. Qo‘shimcha mas‘uliyatli jamiyatning qisqartirilgan firma nomi uning to‘liq yoki qisqartirilgan nomini hamda «*qo‘shimcha mas‘uliyatli jamiyat*» so‘zlarini yoki QMJ abbreviaturasini o‘z ichiga oladi.

Jamiyat bir shaxs tomonidan ta‘sis etilishi mumkin bo‘lib, u jamiyatning yagona ishtirokchisiga aylanadi. Jamiyat keyinchalik bir ishtirokchisi bo‘lgan jamiyatga aylanishi mumkin. Jamiyat ishtirokchilarining soni ellik kishidan oshmasligi lozim. Agar jamiyat ishtirokchilarining soni ushbu me‘yordan oshib ketsa, jamiyat bir yil ichida ochiq aksiyadorlik jamiyati yoki ishlab chiqarish kooperativi etib qayta tuzilishi kerak. Agar ko‘rsatilgan muddat davomida jamiyat qayta tuzilmasa va ishtirokchilarining soni belgilangan me‘yorga qadar kamaymasa, u yuridik shaxslarni davlat ro‘yxatidan o‘tkazuvchi organning talabiga binoan, sud tartibida tugatilishi kerak.

Dehqon xo‘jaligi

Dehqon xo‘jaligi ichki iste‘mol va mayda tovar qishloq xo‘jaligi mahsuloti yetishtirish bilan bog‘liq tadbirkorlik faoliyati jumlasiga kiradi. O‘zbekiston Respublikasining 1998-yil 30-aprelda qabul

qilingan «Dehqon xo‘jaligi to‘g‘risida»gi Qonunga ko‘ra, dehqon xo‘jaligining faoliyati tartibga solinadi.

Dehqon xo‘jaligi oilaviy mayda tovar xo‘jaligi bo‘lib, oila a‘zolarining shaxsiy mehnati asosida, meros qilib qoldiriladigan umrbod egalik qilish uchun oila boshlig‘iga berilgan tomorqa yer uchastkasida qishloq xo‘jaligi mahsuloti yetishtiradi va realizatsiya qiladi. Dehqon xo‘jaligini yuritishdan ko‘zda tutilgan maqsad, dehqon manfaati nuqtayi nazaridan, ichki iste‘mol va tovar mahsuloti yaratish, shuningdek, boshqa faoliyat turlari orqali o‘zi va oilasining moddiy farovonligini ta‘minlashdir.

Dehqon xo‘jaligining asosiy vazifasi qishloq aholisini foydali mehnat va tadbirkorlik faoliyatiga keng jalb etish orqali ishlab chiqarish resurslaridan oqilona foydalanishga erishish, shu asosda eng kam sarf-xarajat birligi evaziga mahsulot yetishtirishni har tomonlama ko‘paytirishdan iborat. Shuningdek, yer resurslaridan unumli foydalanish, mamlakat aholisining oziq-ovqatga bo‘lgan ehtiyojini qondirishda, o‘zi joylashgan hududning ijtimoiy rivojlanishini ta‘minlashda ishtirok etish kabi bir qator vazifalarni yechishga ham dehqon xo‘jaliklari o‘z hissalarini qo‘shishlari lozim.

Dehqon xo‘jaligi qishloq xo‘jaligi sohasida faoliyat yurituvchi tadbirkorlik shakllaridan biri sifatida bir qator afzalliklarga ega:

- ishlab chiqarish hajmining kichikligi bozordagi talab va taklif nisbatiga tez moslashish hamda ko‘p mablag‘ sarflamay, o‘z faoliyati yo‘nalishlarini qayta shakllantirish imkonini beradi;
- oila mehnatiga tayanish uy bekalari, qariyalar va bolalar mehnatidan ham unumli foydalanish hamda asrlar davomida shakllanib kelgan dehqonchilik madaniyatining avloddan avlodga o‘tib borishiga sharoit yaratadi;
- xususiy mulk egaligi hamda yerning meros qilib qoldirish huquqi bilan umrbod egalikka berilishi mulkdan oqilona foydalanishga yo‘l ochadi.

Dehqon xo‘jaligi ichki iste‘mol va mayda tovar qishloq xo‘jaligi mahsuloti yetishtirish bilan bog‘liq hamda xo‘jalik a‘zolarining shaxsiy mehnatiga asoslangan tadbirkorlik faoliyati jumlasiga kiradi.

Dehqon xo‘jaligi qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishining qonunlarda taqiqlanmagan har qanday turi, shuningdek, qishloq xo‘jaligi mahsulotini qayta ishlash va sotish bilan shug‘ullanishga haqli. Dehqon xo‘jaligi tashkiliy-iqtisodiy va huquqiy jihatdan o‘ziga xos xususiyatlarga ega (3.3.1-jadval).

Dehqon xo'jaligining xususiyatlari

1.	Ijtimoiy-psixologik jihatdan	Jamiyatning boshlang'ich bo'g'ini — oila va unga xos bo'lgan qadriyatlarga hamda shaxsiy manfaatdorlik, xususiy tashabbuskorlik va tadbirkorlik erkinligiga tayanuvchi aholining ijtimoiy qatlami.
2.	Tashkiliy-huquqiy jihatdan	A'zolarning istagiga ko'ra: — yuridik shaxs maqomida; — yuridik shaxs tashkil etmagan holda faoliyat yurituvchi tadbirkorlik shakllaridan biri.
3.	Mehnat munosabatlari jihatidan	Oilaning shaxsiy mehnatiga tayanadi, yollanma mehnatdan doimiy foydalanishi mumkin emas.
4.	Ishlab chiqarish yo'nalishi jihatidan	Oilaning ichki iste'moli va qisman bozorga mo'ljallangan oilaviy mayda tovar xo'jaligi
5.	Mulkiy munosabatlar jihatidan	— ishlab chiqarish vositalariga xususiy mulkchilik; — yer maydoni meros qilib qoldirish huquqi bilan umrbod egalik qilishga beriladi.
6.	Xo'jalik yuritish uchun ajratiladigan yer maydoni hajmi jihatidan	Yer maydonining yuqori chegarasi: — sug'oriladigan yerlarda 0,35 gektargacha; — sug'orilmaydigan (lalmi) yerlarda 0,5 gektargacha; — cho'l va sahro mintaqasida sug'orilmaydigan yerlarda 1 gektargacha.

Posyolka, qishloq va ovul fuqarolar o'zini o'zi boshqarish organlari har bir dehqon xo'jaligini xo'jalik kitobiga kiritib, unda dehqon xo'jaligining tarkibi, xo'jalik boshlig'i yoxud uning vazifasini bajaruvchi shaxs, shuningdek, xo'jalikning tashkiliy-huquqiy shakli (yuridik shaxs tashkil etgan holda yoki yuridik shaxs tashkil etmasdan) to'g'risidagi ma'lumotlarni qayd etib qo'yadi.

Dehqon xo'jaligining faoliyati xo'jalik a'zolarining shaxsiy mehnatiga asoslanadi. Dehqon xo'jaligidagi muayyan ishni bajarishga boshqa shaxslar mehnat shartnomasi asosida vaqtincha jalb etilishi mumkin. Qonunga muvofiq, tovar qishloq xo'jaligi mahsuloti yetishtirish uchun dehqon xo'jaligida sarflangan ish vaqti O'zbekiston Respublikasi budjetdan tashqari Pensiya jamg'armasi badallari to'lab borilgan taqdirda mehnat stajiga kiritiladi. Dehqon xo'jaligi a'zolari dehqon xo'jaligining ishlab chiqarish faoliyatida shaxsiy mehnati bilan ishtirok etishi shart.

Dehqon xo'jaliklari ixtiyoriylik asosida, shu jumladan, ulushli (pay) asosda mahsulot yetishtirish, xarid qilish, uni qayta ishlash

va sotish, moddiy-texnika ta'minoti, qurilish, texnikaviy, suv xo'jaligi, veterinariya, agrokimyoy, maslahat berish yo'sinidagi va boshqa xil xizmat ko'rsatish bo'yicha kooperativlarga (shirkatlarga), jamiyatlarga, ittifoqlarga, uyushmalarga va boshqa birlashmalarga birlashish, kirish huquqiga ega.

Fermer xo'jaligi

Keyingi yillarda qishloq xo'jaligida tez sur'atlar bilan rivojlanayotgan tadbirkorlik shakllaridan biri fermer xo'jaliklaridir. Fermer xo'jaligi o'ziga uzoq muddatli ijaraga berilgan yer uchastkalaridan foydalangan holda tovar qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi bilan shug'ullanuvchi fermer xo'jaligi a'zolarining birgalikdagi faoliyatiga asoslangan, yuridik shaxs huquqlariga ega mustaqil xo'jalik yuritish subyekti hisoblanadi.

Fermer xo'jaligi uni tuzayotgan a'zolar xohishiga ko'ra, ixtiyoriy ravishda, o'z ishlab chiqarishini belgilangan qonunchilik doirasida yuqori foyda olishni ko'zlab tashkil etiladi. Fermer xo'jaligi qishloq xo'jaligida xo'jalik yuritishning shakllaridan biri sifatida o'ziga xos bo'lgan ijtimoiy-psixologik, tashkiliy-iqtisodiy va huquqiy xususiyatlarga ega bo'lib, buni quyidagi jadvalda yaqqolroq ko'rish mumkin (3.3.2-jadval).

3.3.2-jadval

Fermer xo'jaligining xususiyatlari

1.	Ijtimoiy-psixologik jihatdan	Jamiyatning boshlang'ich bo'g'ini — oila va unga xos bo'lgan axloqiy-tarbiyaviy qadriyatlarga hamda shaxsiy manfaatdorlik, xususiy tashabbuskorlik va tadbirkorlik erkinligiga tayanuvchi aholining ijtimoiy qatlami.
2.	Tashkiliy-huquqiy jihatdan	Yuridik shaxs maqomiga (o'z balansi, hisob raqami, muhri va boshq.) ega bo'lishi shart.
3.	Mehnat munosabatlari jihatidan	Xo'jalikdagi a'zolar mehnati bilan birgalikda yollanma mehnatdan foydalanishi mumkin.
4.	Ishlab chiqarish yo'nalishi jihatidan	Ishlab chiqarish qisman ichki iste'molga va, asosan, bozorga yo'naltirilgan tovar xo'jaligi.
5.	Mulkiy munosabatlar jihatidan	Ishlab chiqarish vositalariga xususiy mulkchilik; yer maydoni uzoq muddatli ijaraga beriladi, ijara muddatida ijara huquqini meros qilib qoldirish mumkin.

Tadbirkorlikning boshqa shakllari

Tadbirkorlik subyektlari o'zaro uyushgan holda *ishlab chiqarish kooperativlari* tuzishlari mumkin. Fuqarolik kodeksining 69-moddasiga muvofiq, «Fuqarolarning shaxsiy ishtirok etish hamda a'zolarning (ishtirokchilarning) mulk bilan qo'shiladigan pay badallarini birlashtirish asosida birgalikda ishlab chiqarish yoki boshqa xo'jalik faoliyatini olib borish uchun a'zolik negizidagi ixtiyoriy birlashmasi *ishlab chiqarish kooperativi* hisoblanadi. Ishlab chiqarish kooperativining a'zolari kooperativning majburiyatlari bo'yicha qonunda va kooperativ ustavida nazarda tutilgan miqdorlarda va tartibda javobgar bo'lishadi. Kooperativning firma nomi kooperativning nomini, shuningdek, «ishlab chiqarish kooperativi» so'zlarini o'z ichiga olgan bo'lishi lozim».

Tadbirkorlik faoliyatini *unitar korxon*a shaklida ham tashkil etish mumkin. Fuqarolik kodeksining 70-moddasiga muvofiq, «o'ziga biriktirib qo'yilgan mol-mulkka nisbatan mulkdor tomonidan mulk huquqi berilmagan tijoratchi tashkilot unitar korxona hisoblanadi. Unitar korxonaning mol-mulki bo'linmasdir va u qo'shilgan hissalar (ulushlar, paylar) bo'yicha, shu jumladan, korxona xodimlari o'rtasida ham taqsimlanishi mumkin emas.

Unitar korxonaning mol-mulki unga xo'jalik yuritish yoki operativ boshqarish huquqi asosida tegishlidir. Unitar korxonaning firma nomida uning mol-mulki egasi ko'rsatilgan bo'lishi kerak. Unitar korxonani boshqarish organi uning rahbari bo'lib, bu rahbar mulkdor tomonidan yoki mulkdor vakil qilgan organ tomonidan tayinlanadi hamda ularga hisob beradi.

Unitar korxona o'z majburiyatlari bo'yicha o'ziga qarashli butun mol-mulk bilan javob beradi. Unitar korxona o'z mol-mulki egasining majburiyatlari bo'yicha javobgar bo'lmaydi».

TAYANCH SO'Z VA IBORALAR

Korxona; jismoniy shaxs; yuridik shaxs; tadbirkor; yuridik shaxs tashkil qilmagan holda tadbirkorlik; yakka tartibdagi tadbirkorlik; jismoniy shaxslarning yuridik shaxs tashkil etmagan holdagi birgalikdagi tadbirkorligi; oilaviy tadbirkorlik; oddiy shirkat; xususiy korxona; dehqon xo'jaligi; fermer xo'jaligi; to'liq shirkat; kommandit shirkat; mas'uliyati cheklangan jamiyat; qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat; ishlab chiqarish kooperativlari; unitar korxona; kichik tadbirkorlik subyektlari: yakka tartibdagi tadbirkorlar; mikrofirmalar; kichik korxonalar; mulki shakli bo'yicha kichik tadbirkorlik subyektlari: yakka mulk egaligi; hamkorlik.



NAZORAT SAVOLLARI

1. Xususiy biznesni tashkil qilishdan qanday maqsadlar ko'zlanadi?
2. Biznesni tashkil etishda qanday omillar mavjud bo'lishi lozim?
3. Korxonani faoliyatining asosiy yo'nalishlari nimalardan iborat?
4. Qanday shakldagi korxonalarni (huquqiy, tashkiliy, mulkiy) bilasiz?
5. Korxonani turli belgilari va xususiyatlariga ko'ra tavsiflab bering.
6. Ularning bir-biridan asosiy farqlari nimalardan iborat?
7. Qanday tadbirkorlik subyektlarini kichik korxonalar deb atash mumkin va ularning qanday turlarini bilasiz?
8. Kichik tadbirkorlik subyektlarining afzalliklari va kamchiliklarini izohlang.
9. O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qanday sharoitlar mavjud?

4-bob. BIZNESNI YO'LGA QO'YISH BOSQICHLARI, TEXNIK-IQTISODIY ASOSLASH

4.1. Mos keluvchi bozorni va korxonalar yerini tanlash

Tadbirkorlarning o'z ishini boshlashidan oldin eng muhim hal qilinishi lozim bo'lgan ishlaridan biri — bu bozorni tanlashdir. Avvalo, ishlab chiqariladigan mahsulot va xizmatlar bozorini oldindan bilish va iste'molchilar to'g'risida ma'lumotlarga ega bo'lish talab etiladi. Har qanday sharoitda ham mahsulot yoki xizmatlarni ishlab chiqarishdan oldin ularning xaridorini aniq bilish muhimdir.

Tadbirkor har doim xatar bilan ish ko'radi va har qanday kutilmagan vaziyatga tayyor turadi, shunday bo'lsa-da, baribir aniq ishlab chiqilgan biznes-rejalarni asosida ishlash talab etiladi. Masalan, tadbirkor tomonidan arzon deb tasavvur qilingan, ammo ma'naviy jihatdan eskirgan maishiy texnika jihozlarini Toshkent shahrida sotishni ma'qul deb bo'lmaydi yoki Yaponiya avtomobilsozlik kompaniyalari tomonidan taqdim etilayotgan gibridd-avtomashinalarni Osiyo bozorlariga taklif etish hozirgi kunda omadsizlikka yuz tutishi mumkin. Shuningdek, bozorni tanlashda xaridorlarning dunyoqarashi va didi ham muhim ahamiyat kasb etadi. Masalan, Toshkent shahrining «Oloy» bozorida sotilayotgan mahsulotlar bilan «Qo'yliq» bozorida sotilayotgan mahsulotlar va u yerdagi xaridorlar o'rtasida farq ancha sezilarlidir.

Demak, tadbirkorlar nuqtayi nazaridan bozor, bu — tovar va xizmatlarini sotish imkoniyatiga ega bo'lgan hudud. Tanlangan bozorning samaradorligi esa tovar-xizmatlarning sifati va xaridorlarning moliyaviy imkoniyatlariga hamda to'g'ri tanlangan mahsulotlarga bog'liqdir. Agar bozor talab va taklif o'zaro duch keladigan hodisa sifatida qaralsa, tadbirkor uchun talab va taklif o'rtasida muvozanatni saqlab turish va imkoniyat darajasida ustunlikni saqlab turish choralari ko'rilishi lozim. Biznes nuqtayi nazaridan bozor, bu — hamma geografik hududdan tashqarida bo'lgan holda tovar yoki xizmatga muhtojlar va tovarni sotib olishni xohlaydiganlar. Har bir korxonalar insonlarga qaysidir turdagi tovarni yoki xizmatni sotishga asoslangan. Salohiyatli xaridorni tadbirkor nuqtayi nazaridan quyidagicha tasavvur qilish mumkin:

1. Qandaydir tovar yoki xizmatga ehtiyoji bor yoki sotib olishni xohlaganlar.

2. Qandaydir tovar yoki xizmatni sotib olishga qurbi yetganlar.

3. Qandaydir tovar yoki xizmatni sotib olishni xohlaganlar.

Tadbirkor bozorga chiqishi bilan, balki undan oldinroq raqobatchilari haqida ham qayg'urmog'i maqsadga muvofiqdir. Agar raqobatchilar siz bilan birga bir bozorga xizmat ko'rsatayotgan bo'lishsa, unda boshqa korxonalar ish olib borish imkoniyatiga ega bo'lishi mumkinligini o'rganib chiqish lozim. Yana tovar yoki xizmat raqobatchining tovar yoki xizmatidan qanchalik farq qilish kerakligini aniqlash darkor.

Tadbirkor bozor sharoitida salohiyatli xaridorlar haqida nimalarni bilishi kerak? Ushbu savolga tadbirkorlikni o'z zimmasiga olgan har bir tadbirkor javob bera olishi lozim. Xaridorlarning turli jihatlarini inobatga olgan holda o'rganish lozim, jumladan, bozordagi xaridorlarning mazmuniy guruhlariga qarab bo'lish yoki quyidagi tavsiflarga muvofiq ajratish mumkin:

- jinsi;
- oilaviy ahvoli;
- kasbi;
- daromadi;
- turar joyi;
- keltirilgan tavsiflarning o'zgarish jarayoni.

Xaridorlarning xohishini bilish orqali bozorni segmentatsiya qilish yo'li bilan tadbirkorning qaysi tovar yoki xizmatlarga ehtiyoji borligini aniqlash oson kechadi. Xaridorlarning qayerda xarid qilishlarini bilish esa tadbirkor u yoki bu bozor segmentiga asoslangan holda xaridorlarning aniq shu damda qayerda xarid qilayotganini va boshqa korxonaning tovar xizmatlarini xarid qilishga qaysi omillar sabab bo'layotganini aniqlashi kerak. Tadbirkor xaridorlar qachon o'z xaridlarini qilishadi (har kuni, har hafta, har oyda, har yilda yoki fasllarda) savoliga javobni bilishi — korxonaga qaysi narsalar korxonaning ish vaqtida kerakligi, reklama kompaniyalarini o'tkazish, qancha miqdordagi tovar u yoki bu yilda kerak bo'lishini aniqlashda yordam beradi. Xaridorlarning qanday xarid qilishlarini bilish, xaridorlar o'z xaridlari uchun qay yo'l orqali haq to'lashlarini tadbirkor bilgan holda tadbirkor sotuvda kredit siyosatini ishlab chiqishi, ya'ni korxonasining mahsulotiga baho belgilash siyosatini olib borishi mumkin.

Xaridorlarni shunchalik o'rganish lozim bo'lsa, tadbirkor uchun, avvalo, ushbu ma'lumotlarni qayerdan va qanday usulda topish muhim. Hozir ma'lumot olishning juda ko'plab yo'llari mavjud, jumladan, savdo uyushmalari (nashrlar), savdo palatalari, hukumat muassasalari (tuman savdo boshqarmalari amaldorlari), gazeta va jurnallar, yakka tadqiqotlar. Shuningdek, hozirgi kunda eng optimal hisoblangan Internet imkoniyatlaridan samarali foydalanish maqsadga muvofiqdir. Bu tadbirkor uchun ham qulay, ham eng arzon vositalardan biri sanaladi.

O'z tovarlari va xizmatlari uchun marketing dasturlarini tushunish va ishlab chiqish mahorati kichik korxonaga egalari uchun katta ehtiyojlardan biridir. Kichik korxonaning muvaffaqiyati o'z tovarlari va xizmatlaridan mamnun bo'lgan xaridorlar miqdorining ko'payishi layoqatiga asoslanadi. Hozirgi marketing dasturlari «bozor konsepsiyasi» va korxonaga egasini xaridorlar ehtiyojini aniqlashga, uni qondirishga va holatni kuzatib borishga, pirovard natijada foyda olishga o'z kuch-g'ayratini jamlashga majbur qiladigan korxonaga faoliyat ko'rsatishining qoidalari atrofida quriladi. Marketing konsepsiyasi biznes uchun xaridorning muhimligi to'g'risidagi qoidaga asoslanadi va quyidagilarni tasdiqlaydi:

- a) korxonaning barcha siyosati va faoliyati xaridorning ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan bo'lishi kerak, shuningdek;
- b) foyda keltiradigan sotish hajmiga erishish sotish hajmini maksimal darajaga ko'tarishga nisbatan korxonaning maqbul siyosati hisoblanadi.

Bozorni tanlash shunchalik muhim ahamiyatga ega bo'lsa, tadbirkor bozorni tatbiq qilishni ham bilishi lozim. Xo'sh, tadbirkor uchun bozorni tatbiq qilish nimani anglatadi? Bu savolga juda ko'plab tadbirkor va iqtisodchi olimlar o'z fikrlarini bildirishgan. Jumladan, bozor funksiyalarini bajarishda bozor haqida ma'lumot bo'lishi kerak. Ko'pincha mavjud va (yoki) bo'lajak xaridorlarga taklif qilinadigan anketaga asoslangan uncha katta bo'lmagan bozor tadqiqoti dasturi qoniqmaslik sohasidagi muammolarni ochib berishi mumkin, ular oson tuzatilishi mumkin (yoki bu muammolar va qoniqmaslikka javoban, bozorda muvaffaqiyatli sotiladigan tovarlar yoki xizmatlar ishlab chiqarilishi mumkin).

Bozor tadqiqotlari sotish hajmi va rentabellik darajasiga ta'sir ko'rsatuvchi tamoyillarni aniqlab berishi kerak. Muammolarni va ochiladigan imkoniyatlarni, ular paydo bo'ladigan birinchi bosqichda, identifikatsiyalash maqsadida aholi tarkibidagi, huquqiy

maydondagi o'zgarishlar, mahalliy iqtisodiy vaziyat kuzatib borilishi kerak. Raqiblarning faoliyatini ham ko'zdan qochirmaslik zarur; raqiblar bozordagi sizning ulushingizga daxl qilishi yoki uni tark etishi mumkin. Masalan, raqiblar strategiyasini bilish o'ta foydalidir (ya'ni ular siz va boshqalar bilan qanday raqobat qiladi).

Bozor konsepsiyasini qo'llagan holda kichik korxonaga quyidagilarga majburdir:

- a) o'z xaridorlarining talablarini aniqlash (bozor tadqiqoti);
- b) o'zining raqobatdagi afzalliklarini tahlil qilish (marketing strategiyasi);
- d) o'zi ishtirok etishi uchun aniq bozorlarni aniqlash (maqsadli marketing);
- e) bu ehtiyojlarni qanday qilib qondirish mumkinligini aniqlash (aralash marketing yoki marketing tarkibi).

Tadbirkor bozorni tadqiq qilish bilan birga, bozor strategiyasini ham hamohang tarzda o'zi kashf etib boradi. Marketing strategiyasi xaridorlar guruhlarini (maqsadli bozorlarni) aniqlashni o'z ichiga oladi, ularga kichik korxonaga yirikroq raqiblariga nisbatan yaxshiroq xizmat ko'rsatishi, o'z mahsuloti assortimentini, unga narxlarni, taqsimlash yo'llarini, mazkur aniq bozor bo'linmasiga tovarlar va xizmatlarni yetkazib berish (aralash marketing bilan boshqarish) bo'yicha kuch-g'ayratlarni moslashtirish mumkin. Pirovardida bu strategiya hozircha bozor tomonidan qondirilmayotgan hamda potensial hajm va rentabellik bilan xarakterlanadigan xaridorlarning ehtiyojlarini qondirishga intilishi hamda real qondirishi kerak. Yaxshi strategiya shuni nazarda tutadiki, kichik korxonaga barcha kishilarning hamma ehtiyojlarini qondira olmaydi va shu sababli bozorni, maqsadli bozorda o'z salohiyatini ko'rsatish uchun o'z imkoniyatlarini tahlil qilish kerak.

Tadbirkor xaridorgir mahsulot va xizmatlarni aniqlab, uni ishlab chiqarishni maqsad qilsa, uni ishlab chiqarish uchun aniq joyni tanlay bilishi muhim ahamiyat kasb etadi. Korxonaning joylashish o'rnini tanlash — kichik korxonaning muvaffaqiyatga erishishi yoki inqirozga uchrashi nuqtayi nazaridan bir necha hayotiy muhim omillardan biridir. Ko'p hollarda tadbirkor korxonaga tuzish uchun bo'sh deb belgilangan yaqin joydan narisiga qaramaydi. Muvaffaqiyat imkoniyatini oshirish uchun joylashish o'rnini tanlash muammosini puxta o'rganish va o'ylash muhimdir. Ta'kidlash zarurki, yaxshi joylashish o'rnini tanlash o'rtacha ishlovchi korxonaning hayotini ta'minlashi mumkin, yomon

joylashish esa, hatto, yaxshi boshqarilayotgan korxonaga ham inqiroz hukmini chiqarishi mumkin.

Joylashish o'rnini tahlil qilish korxonaning butun faoliyati davomida uzluksiz jarayon bo'lishi kerak. Demografik vaziyatning o'zgarishi, xaridorlarning xarid moyilliklari o'zgarishi, kishilar va yuklarni tashishning yangi usullari paydo bo'lishi, aholi punktlari o'sishining yangi yo'nalishlari kabi omillar mavjud joylashish o'rnining yaroqliligiga noxush ta'sir ko'rsatishi mumkin. Korxonaning joylashish o'rnini tanlashda ikki asosiy omil mavjud:

1. Aniq jamoa (aholi punkti)ni tanlash haqida qaror qabul qilish.

2. Tanlangan jamoa doirasida joyni tanlash haqida qaror qabul qilish.

Korxonaning joylashish o'rnini to'g'ri tanlash boshqalarga qaraganda, ayrim korxonalar uchun o'ta muhimdir. Chakana savdo va xizmat ko'rsatish korxonalari uchun to'g'ri joylashish o'ta muhim omildir. Tayyor kiyimlar do'konlarining, kimyoviy tozalash xizmatlari va avtoyoqilg'i shoxobchalarining yashovchanligi ko'p jihatdan ular yonidan o'tuvchi mijozlar va xaridorlar oqimiga bog'liq bo'ladi. Bu xildagi korxonalar yuqori foyda olishlari uchun xaridorlar bilan bir qatorda, o'z tovarlari xizmatlariga ega bo'lishlari kerak.

Chakana savdo va xizmat ko'rsatish sohasidagi boshqa xil korxonalar, shuningdek, ulgurji savdo korxonalari uchun joylashish o'rni xaridorlar va mijozlarni jalb qilish nuqtayi nazaridan muhim emas. Mebel, maishiy texnika sotuvchi chakana savdo do'konlari xaridorlarni o'ziga shunday ham tortaveradi; buxgalteriya hisoboti va soliqqa tortish sohalarida maslahat beruvchi kompaniyalar, shuningdek, ulgurji savdo korxonalari «oyoq yetmagan so'qmoqlardan» tashqarida bo'lishlari va bunda yuqori foyda topishlari mumkin. Xaridorlarning o'zlari bu korxonalar taklif qilayotgan tovarlar yoki xizmatlarni izlab, bir qancha vaqtini o'tkazishadi.

Ishlab chiqarish korxonalari, qurilish firmalari va ayrim xizmat ko'rsatish korxonalari o'zlarining qulay joylashish o'rni tufayli xaridorlarni jalb qilishdan umuman manfaatdor emas. Bu xildagi kompaniyalar o'z mijozlarini shaxsiy savdo-sotiqqlar vositasida yoxud reklama orqali topishadi. Bunday korxonalarining joylashgan o'rnini tanlash tegishli joyda turishning narxi, atrof-muhitga ta'siri yoki xomashyo yetkazib berishga qarab amalga

oshiriladi. Iqtisodiyotning holati, demografik vaziyat, shuningdek, raqobat bunda hisobga olinishi kerak bo'lgan muhim omillardir. Bu omillarni hisobga olish istiqbolli shahar yoki posyolkani tanlashga imkon beradi.

Demak, korxonalar joyini tanlashda, avvalo, eng qulay joyni tanlash lozim ekan. Mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarish va sotish uchun qulayliklar sifatida ko'plab omillarni keltirish mumkin. Masalan, bozorga yaqin bo'lish. Bozorga yaqin bo'lish xarajatlarni kamaytirish va mahsulot sotilishini tezlashtirish imkonini beradi. Bu har tomonlama mijozlarga qulaylik yaratadi. Masalan, chekka, shahardan uzoq hududlarda kiyim-kechak ishlab chiqarish bilan shug'ullanish tadbirkorga ko'proq qiyinchilik tug'dirishi mumkin. Chunki shahar infratuzilmasidan olis va asosiy xaridorlardan yiroqda joylashish xarajatlarning oshishiga hamda samaradorlik pasayishiga sabab bo'ladi. Ammo tadbirkor faqatgina o'zini arzon ishchi kuchi bilan yupatish imkoniyatiga ega bo'ladi, garchi, ishchilar saviyasi unchalik yuqori bo'lmasa ham.

Rejalashtirilayotgan o'z korxonasini tuzishda, jamoani tanlashda uning iqtisodiy holati e'tiborga olinishi kerak bo'lgan muhim mulohazadir. Demak, tadbirkor, «nega odamlar bu yerda yashashadi va ularning turmush andazasi qanday, nega boshqa korxonalar o'zlari uchun bu hududni tanlashgan, mazkur joydagi sanoat tuzilmasini o'rganish zarurmi, ishchilarning asosiy qismi qaysi sohada band, ishlab chiqarish rivojlanishi qay darajada?» kabi savollarga javob topishi lozim.

Jamoa aholisining ish haqi tovarlar va xizmatlarga talabni belgilaganligi sababli tadbirkorlar o'z korxonasini tuzishni rejalashtirayotgan hudud aholisining daromadlari haqidagi ma'lumotlarni yig'ishi kerak. Aniq savollar qatoriga quyidagilar kiradi: geografik va demografik jihatdan ixtisoslashuv, mutlaq ifodada o'rtacha daromadning kattaligi qanday? Bu joyda daromad darajasi qanday (past, o'rta yoki yuqori)? Bandlek sohasida bu joyda qanday tamoyillar amal qiladi? Yaxshi avtomobil va temiryo'l-larning mavjudligi muhim iqtisodiy omillar qatoriga kiradi.

Demografik vaziyat tadbirkorlar o'zining xaridorlari (mijozlari) bo'ladigan kishilar doirasini aniqlashi kerak. Bunda tadbirkor ishlab chiqaradigan mahsulot va xaridorlarning yoshi, jinsi, kasbi, dunyoqarashi kabi omillarni inobatga olishi lozim. Masalan, agar tadbirkor DVD diskleri emas, balki ko'proq musiqiy kompakt-disklar sotuvchi do'kon ochishga e'tibor qaratsa, o'smir-

lar va kattaroq yoshdagi yoshlar qayerda zichroq yashashini bilishi kerak, chunki aynan ular musiqa bilan ko‘proq qiziqishadi. Demografik vaziyatga tegishli yana boshqa savollar: bu hududda hayot qay darajada barqaror? Aholining muntazam migratsiyasi kuzatiladimi? (Ketish, kelish, har ikki tomonga harakat.) Aholi soni o‘smoqdam yoki kamaymoqdam? Agar hudud jadal o‘sayotgan bo‘lsa, bunda yosh oilalar sonining ko‘payishini kutish mumkin. Bu omillarning barchasi korxonaning joylashish o‘rnini tanlashda hisobga olinishi kerak.

Raqobatdoshlikda tadbirkor o‘z raqiblarini bilishi lozim. Ularning kuchli va kuchsiz tomonlari haqidagi ma‘lumotlarni to‘plab, tadbirkor atrofida qancha raqib borligini va ular qayerda joylashganligini bilishi kerak. Tadbirkor, qolaversa, keyingi ikki yil ichida o‘zining o‘xshagan qancha korxonaga ochilganligi va yopilganligini aniqlashi zarur. Boshqacha, ammo unikining o‘rnini bosishi mumkin bo‘lgan tovarlar ishlab chiqaruvchi va xizmatlar ko‘rsatuvchi bilvosita raqiblar xususidagi masalani ham o‘rganishi lozim.

Yirik savdo markazlariga yaqin joylashish xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar uchun eng maqbuldir. Biroq radioteleustaxonalar, kimyoviy tozalash muassasalari, amaliyotchi shifokor-dantistlar (tish doktori), poyabzal ustaxonalari yoki tijorat bolalar bog‘chalari uchun yuqori ijara haqi olinadigan joylarda joylashish zarurati yo‘q. Mijozlarning o‘zlari ularni izlab topishga va yaxshi xizmatdan bahramand bo‘lish uchun olisroqqa borishga tayyordirlar, chunki bu korxonalar ma‘lum darajada ochilgan yo‘llardan chetda bo‘lishi mumkin. Ammo, hatto xizmat ko‘rsatuvchi firmalar o‘rtasida ham qanday joy yaxshiligi haqida turli fikrlar mavjud. Masalan, tezkor kimyoviy kiyim tozalashning oziq-ovqat do‘koni va dorixona bilan yonma-yon joylashuvi maqbul yondashuv bo‘la oladi. Biroq shifokor-dantist uchun bu joy maqbul bo‘lmasligi mumkin, unga uning oldidan o‘tuvchilarning katta oqimi va tezkor kimyoviy kiyim tozalash korxonasi singari savdo markazining kirish-chiqish joyi bilan qulay qo‘shnichilik (bu uning muvaffaqiyatini ta‘minlagan) zarur emas.

Ishlab chiqarish korxonalarining joylashuvi uchun qulay joylar chakana va ulgurji savdo, xizmat ko‘rsatuvchi firmalar uchun maqbul kelgan joydan farqlanadi. Agar siz ishlab chiqarish korxonasini ochish imkoniyatini ko‘rib chiqmoqchi bo‘lsangiz, transport infratuzilmasi va xomashyo yetkazib berish manbalari o‘rtasidagi masofani o‘rganing. Xaridorlarning yaqinligi, tegishli quvvatlarning

mavjudligi va zonalashtirish haqidagi hujjatlarning amal qilishi — bular boshqa muhim omillardir. Korxonaning joylashish o‘rnini tanlashda umumiy va aniq omillarni o‘rganish jarayonida yaxshisi joriy holatlarga emas, balki kelajak istiqbolga yo‘nalish olish kerak.

Jahon xo‘jaligining jadal rivojlanib borayotgan bir sharoitida ishlab chiqarish korxonalariga joy tanlashda xorij tajribasidan kelib chiqib, bir qator xulosalarga kelish mumkin. Ishlab chiqarish korxonalari hozirgi kunda rivojlangan davlatlarda rivojlanayotgan va qashshoq davlatlar tomon ko‘chib o‘tmoqda. Bu siljish natijasida rivojlangan davlatlar, asosan, axborot tizimi bilan ishlashga ko‘proq e‘tibor berishyapti. Bu har tomonlama o‘z foydasini bermoqda, jumladan, tabiiy resurslarga yaqinroq borish, arzon ishchi kuchiga ega bo‘lish, narxi past xizmatlardan foydalanish, soliq imtiyozlari va bozorni kengaytirish kabilar.

Masalan, Buyuk Britaniya, Germaniya aviakompaniyalari va bir qator ishlab chiqarish korxonalari, shuningdek, avtomobilsozlik korxonalari bir qator bo‘limlarining, asosan, Xitoy va Hindistonda joylashganligi ularga bir qator imkoniyatlar yaratmoqda. Ushbu mamlakatlarda kompyuter texnologiyalari va ularga dasturlar ishlab chiqish yaxshi rivojlanganligi, ishchi kuchining Yevropaga nisbatan ancha arzonligi, ishchi kuchining til bilishida muammolar yo‘qligi (masalan, Hindiston), bu shuningdek, Xitoy va Hindiston aholisiga ham ancha foydali hisoblanadi, chunki ular tomonidan taklif etiladigan ish haqi va ishlash sharoiti ancha qulay hisoblanadi.

4.2. Texnik-iqtisodiy asosnoma nima?

Biznesdagi muvaffaqiyat — samarali boshqarish va faoliyatni doimo rejalashtirish natijasi. O‘z ishingizni boshlashdan avval, siz turlicha, ko‘plab axborotlarni to‘plashingiz, reja tuzishingiz, tahlil qilib, biznes samarali va foydali bo‘ladimi, shuni aniqlashingiz kerak. Kichik biznesdagi asosiy masalalardan biri — axborot bilan ta‘minlash. Hozirgi sharoitda tijorat tashkilotlarida har kuni ma‘lumotlar oqimi yig‘iladi va undan to‘g‘ri foydalanish talab etiladi.

Axborot tushunchasi ma‘lumotlar yig‘indisi bo‘lib, to‘plash, saqlash, qayta ishlash va yetkazib berish obyekti sifatida xizmat qiladi. Xalq xo‘jaligi va uning tarmoqlarini boshqarishda katta hajmdagi turli axborotlarni, shu jumladan, iqtisodiy, ilmiy, ijtimoiy, texnikaviy axborotni izlashni taqozo etadi. Axborotlar boshqaruv va rejalashtirish negizi hisoblanib, boshqaruv sifati ularning ishonchliligi va tezkorligiga bog‘liq.

Amalda boshqaruvchi tizim boshqariluvchi tizimdan ishlab chiqarish va xo‘jalik faoliyati jarayonida berilgan texnik-iqtisodiy ko‘rsatkichlarga doir axborotlarni olib turadi. Zaruriyat tug‘ilganda, olingan axborotlar asosida boshqaruvchi tizim boshqaruv uchun kerak bo‘lgan buyruqlarni tayyorlab, uni bajarish uchun boshqariluvchi tizimga uzatadi. Umuman, boshqaruvga doir axborotlarni birlamchi va ikkilamchi axborotlarga ajratish mumkin. Birlamchi axborotlar aniq masalani yechish maqsadida yangidan to‘planadi. Ikkilamchi axborotlar esa mazkur muammoning yechimiga to‘g‘ridan to‘g‘ri bog‘liq bo‘lmagan va oldindan yig‘ilgan ma‘lumotlardir. Har qanday boshqaruv axborot tizimida biron muammo aniq belgilanmagunicha ikkilamchi axborotlar o‘rganilmaydi. Boshqaruv axborotlari ishonchli, to‘la, uzluksiz, taqqoslanuvchan va o‘z vaqtida yig‘ilgan bo‘lishi shart.

Axborotlar kelib chiqish manbayiga ko‘ra, tashqi va ichki axborotlarga ajratiladi. Tashqi muhit bilan munosabatlar asosida to‘plangan axborotlar tashqi axborotlar hisoblanadi. Uning tarkibiga davlat va nodavlat tashkilotlarining axborotlari, vaqtli matbuot nashrlaridagi axborotlar, statistik ma‘lumotlar, ishlab chiqarilayotgan mahsulotga bo‘lgan talablar kiradi. Ichki axborotlarga korxonaning ichki muhitida vujudga keladigan axborotlar kiradi. Ularga xodimlar tarkibiga, ishlab chiqarish jarayoniga oid, foyda va zararlar, tovar zaxiralari, reja topshiriqlarining bajarilishi, tannarx, sex va uchastkalarda ishning borishi bo‘yicha axborotlar kirishi mumkin.

Kichik biznes shaklini boshqarish va rejalashtirish uchun zarur bo‘lgan barcha turdagi axborotlar majmuyi axborot tizimini vujudga keltiradi. Boshqaruv va axborot tizimlari boshqaruvning har qanday bosqichida bir butun bo‘lib faoliyat ko‘rsatadi. Ammo ular vazifasi va tarkibiga ko‘ra har xildir. Masalan, boshqaruv tizimi ishlab chiqarishning hajmi, uning texnik darajasi va tarmoq turiga qarab, har xil bo‘lishi mumkin. Axborot tizimi esa tarkibi bo‘yicha hamma vaqt bir xil bo‘lib qoladi va ishlab chiqarish hajmi o‘zgarishidan qat’i nazar, u axborot to‘plash, uni qayta ishlash va jo‘natish jarayonlaridan iborat bo‘ladi.

Kichik biznesni boshqarish va rejalashtirish katta hajmdagi axborotlarni ko‘rib chiqishni taqozo etadi. Har bir boshqaruvchi, birinchi navbatda, qanday ma‘lumot kerakligi, uni qayerdan olish mumkinligi, qanday qilib to‘plash, qayta ishlash va saqlash kerakligi, qanday dalillar tekshiruvga muhtoj ekanligini bilishi kerak. Bu masalalarni tadbirkor birinchi navbatda yechishi kerak.

Mo'ljallayotgan sherigingizning ishonchlilik darajasini bilish uchun assotsiatsiya va konsorsiumlarda ishtirok etish maqsadga muvofiq. Odatda, maqsad va vazifalari bir xil bo'lgan tashkilot va korxonalar birlashmalarga qo'shiladilar, ayrim firmalar esa bir nechta uyushmalarga a'zo bo'lishi mumkin.

Biznes-rejani texnik iqtisodiy asoslashda quyidagi axborotlarga ega bo'lish lozim:

- texnik axborot;
- moliyaviy axborot;
- marketing axboroti;
- huquqiy axborot;
- axborot texnologiyalari va aloqa vositalari.

Bo'lajak tadbirkorlarga zarur bo'lgan axborotning tarkibi quyidagi tartibda amalga oshiriladi. Ushbu axborotlar asosida tadbirkorlik faoliyatining bevosita rivojlanishini ta'minlash amalga oshiriladi:

- kataloglar;
- amaliy hamkorlik uyushmalari;
- hukumat muassasalarining nashrlari;
- banklar;
- ommaviy axborot vositalari;
- kutubxonalar;
- maslahatchilar;
- agentliklar;
- savdo ko'rgazmalari va yarmarkalari;
- Internet tizimi.

Axborot resurslari va har bir toifadagi muassasaning aniq nomi hamda manzilini ifodalovchi yordam ko'rsatish manbalari kartotekasini tuzing. Olinadigan axborot hajmi juda katta bo'lishi mumkin, faqat biznesingizga yordam berishi mumkin bo'lgan arziqli axborotga e'tiborni jamlang. Tadbirkorlikning axborot bilan ta'minlanishi, asosan, turli manbalar asosida amalga oshiriladi.

Axborot manbalari

Texnik axborot. Tadbirkor o'zi shug'ullanmoqchi bo'lgan tovar yoki xizmatning tarkibi va uning tuzilishini o'rganib chiqishi lozim. Buning uchun zarur bo'ladigan asbob va jihozlar jalb qilinadi. Ishlab chiqarish jarayonini amalga oshirish uchun zarur materiallar bilan ta'minlanish va ularni to'g'ri yo'naltirilishi kerak. Bunda, asosan, texnologiyalarga asosiy e'tibor qaratiladi. Texnologiyani tanlash va jalb qilish. Binolar, mahsulotlar, kanse-

lariya tovarlari, saytlar va dizayn, joylashish joyi va binolarni tanlash bo'yicha maslahatlar olinishi zarur.

Texnik axborotlar bilan muntazam ta'minlanish uchun quyidagi axborot manbalari mavjud bo'lishi lozim:

- standartlashtirish byurosi;
- ishlab chiqaruvchilar uyushmasi;
- tarmoq ilmiy tadqiqot institutlari va tajriba-konstruktorlik byurolari;
- sanoat doiralari;
- Internet;
- do'stlar va hamkasblar.

Yuqorida berilgan texnik axborot manbalari doimiy tartibda bir-birlari bilan o'zaro aloqalarni amalga oshirishlari ta'minlanishi kerak. Bu esa tadbirkorlik faoliyatining tezkor tarzda olib borilishini mustahkamlaydi.

Moliyaviy axborot. Moliyaviy axborot, asosan, zarur moliyaviy mablag'lar, investitsiyalar, joylashgan hududdagi iqtisodiy an'analar, moliyaviy maslahatlar, buxgalteriya hisob tizimi, dasturiy ta'minot to'plamlari hisoblanadi.

Moliyaviy axborot manbalari quyidagilardan iborat:

- banklar va boshqa moliya muassasalari;
- kredit uyushmalari;
- sanoat doiralari;
- oila a'zolari va do'stlar;
- ta'minotchilar va boshqa korxonalar egalari;
- grant va qarz beruvchilar;
- tadbirkor ayollar uchun moliya muassasalari.

Moliyaviy axborot manbalari — yuridik firmalar va tegishli hukumat muassasalari, axborot-resurs markazlari, biznes-inkubatorlar, Internet, mehnat qonunchiligi, tadbirkorlar uyushmalari, kasaba uyushmalari, axborot texnologiyalari va aloqa vositalari hisoblanadi.

Moliyaviy axborot turlariga — kompyuter uskunasi, dasturiy ta'minot va tarmoq, buxgalteriya hisobi va ishlab chiqarish uchun dasturiy ta'minot paketi, zarur axborot bo'lgan Internet sahifalari, ish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar bazasi, Internet saytlaridan foydalanish kiradi.

Tadbirkorlar, mutaxassislar, mijozlar biznesni olib borishda bevosita bir-birlari bilan aloqalarni amalga oshiradilar, bu esa tadbirkorlik faoliyatida innovatsion axborotlarning yuzaga kelishiga zamin yaratadi. Tadbirkorlar aniq va o'ylab o'z faoliyatini reja-

lashtirmasa, barqaror muvaffaqiyatga erisha olmaydi. Shuning uchun, eng avvalo, o'z faoliyatini endi boshlagan biznesmen texnik-iqtisodiy asosnomani tuzishi kerak.

Texnik-iqtisodiy asosnoma — bu foydalanish samaradorligi qo'yilgan sarmoyaning o'zini oqlash muddati, natija va xarajatlarni nisbiy baholashga asoslangan loyihani amalga oshirishning iqtisodiy maqsadga muvofiqligini hisoblash.

Texnik-iqtisodiy asosnomani tuzish uchun siz axborot tanlashingiz, baholash va hisoblashlarni amalga oshirishingiz kerak. Har doim ham bu vazifani mustaqil bajarish mumkin bo'lmaydi, maqsadga ko'zni bog'lagan holda intilgandan ko'ra, o'z kasbining ustasiga murojaat qilgan ma'qul.

Texnik-iqtisodiy asosnomaga kerakli ma'lumotlar uchun sizga quyidagilar yordam berishi mumkin:

- tadbirkorlik sohasida ixtisoslashgan buxgalter, huquqshunos va maslahatchilar;

- bu sohada tajribaga ega odamlar;

- o'z ishini boshlashga qaror qilganlarga yordam beruvchi davlat tuzilmalari;

- ushbu masala bo'yicha o'qitishga yordam beruvchi nodavlat tashkilotlar;

- bankka kredit olish uchun murojaat qilgan yosh tadbirkorlarga yordam ko'rsatuvchi banklar;

- sanoat palatalari, ish beruvchi tashkilotlar, assotsiatsiyalar.

Texnik-iqtisodiy asosnomani tuzish uchun quyidagi savollarga javob bering:

1. Siz qanday tovar yoki xizmat ko'rsatishni sotmoqchisiz?

2. Sizning bo'lajak iste'molchilaringiz kimlar?

3. Bo'lajak iste'molchilaringiz tovarlaringiz (xizmat ko'rsatishingiz) haqida qanday fikrda?

4. Raqobatchilaringiz kim?

5. Raqobatchilaringiz tovarlarining bahosi qanday?

6. Tovarlaringizni qanday realizatsiya qilmoqchisiz?

7. Tovarlaringizni ilgari surish uchun zaruriy mablag'ni aniqlang.

8. Korxonangizning huquqiy shakli qanday?

9. Sizga qanday personal (xodimlar) kerak?

10. Biznesingizga qo'yiladigan huquqiy talablar bilan tanishdingizmi?

11. Boshlang'ich sarmoya miqdorini aniqladingizmi?

12. Boshlang'ich sarmoya uchun kerakli mablag'ni to'play oldingizmi?

13. Hisobga qo'yishning qaysi tizimini qo'llaysiz?
14. Sotish va xarajatlar bo'yicha rejangiz tayyormi?
15. Yordam va maslahatlar uchun qayerga murojaat qilasiz?

4.3. Biznes-reja — ishning boshlanishi

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

- *birinchidan*, moliyaviy mablag'larning yetishmasligi;
- *ikkinchidan*, oldindan belgilanmagan, kutilmagan holatlar ko'pligi.

Bular korxonaning tanlagan yo'ldan borishiga imkon bermasligi mumkin. Bunday noxush holatdan chiqishning yo'li oldindan o'z maqsadini qog'ozga belgilash, baholash va istiqbolni belgilashdir. Bu, o'z navbatida, o'sha biznes-rejani tuzishdir.

Biznes-reja keng, har tomonlama aniq tizimga tushirilgan va chuqur o'ylab tayyorlangan hujjatdir. U firmaning qay maqsadga harakat qilayotganligi, ko'zlangan maqsadga qaysi yo'llar bilan erishishi va ko'zlangan maqsadga erishgandan so'ng natija qanday bo'ladi, degan savollarga javob beradi. Biznes-reja o'zida olingan loyihaning imkoniyatlari bo'yicha to'la ma'lumotlarni aks ettiradi. Biznes-reja korxonasi (firma)ning strategik istiqbolini belgilab beradigan asosiy hujjat hisoblanadi va uni 3—5 yilga tuzish tavsiya etiladi. Biznes-rejaning birinchi va ikkinchi yillariga ko'rsatkichlar (topshiriqlar)ning choraklarga taqsimlangan holda berilishi maqsadga muvofiq hisoblanadi va faqat uchinchi yildan boshlab, yillik ko'rsatkich (topshiriq)lar bilan chegaralanish mumkin.

Biznes-reja quyidagi asosiy masalalarni hal etadi. Ya'ni:

- tadbirkorlarga korxonasi (firma)lar strategiyasini ishlab chiqishning asosi bo'libgina qolmay, uning muvaffaqiyatli amalga oshishiga kafolat ham beradi;
- bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, tartibga solish va bajarilishini nazorat qilishning asosiy quroli bo'lib xizmat qiladi;
- tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish jarayonida to'satdan yuzaga kelgan salbiy holatlar yuzasidan tadbirkorlarni ogohlantiradi va ularni o'z vaqtida bartaraf etish tadbirlarini ishlab chiqishga yordam beradi;
- tadbirkorlik faoliyati yuzasidan banklar, investorlar va qarz beruvchilarga tegishli ma'lumotlar olishga imkon beradi.

Bundan tashqari, biznes-reja tuzib chiqishning ikki asosiy sababi ham mavjud:

- tashqaridagi sarmoyadorlarni, biznesni maqsadga muvofiqligi haqida yoki ssuda berishga ishonch hosil qildirish;
- ko‘zlangan maqsadni saqlab qolishga yordam berish, to‘satdan yuzaga kelgan holatlarda tanlangan maqsaddan voz kechmaslikni ta‘minlash.

Bu yana rejada belgilangan barcha vazifalarning to‘la bajari-lishini ham anglatadi. Biznes-reja boshqaruvchiga korxonalarining tanglik holatlarini to‘g‘ri baholash imkonini berib, undan olib chiqib ketish yo‘llarini ko‘rsatadi. Bu, o‘z navbatida, boshqaruv samaradorligining ortishini xarakterlaydi yoki ta‘minlaydi.

Biznes-rejaga qo‘shimcha ma‘lumotlar kelib tushishi va ma‘lum tajribaga ega bo‘lish bilan uning maqsadi va vazifasi moslanib olinadi. Biznes-rejaning bosh maqsadi — firmaning ko‘zlangan maqsadiga erishishi, reja-iqtisod bo‘limi xodimlariga va sarmoyadorlarga tanlangan yo‘lning maqsadga muvofiqligini ko‘rsatib berishdir. Shuningdek, biznes-reja tadbirkorlarning quyidagi savollariga ham javob beradi:

- biznesning joriy holati (Biz qayerda turibmiz?);
- ko‘zlangan maqsad (Qaysi tomonga harakat qilmoqdamiz?);
- eng qulay yo‘l (Maqsadga qanday erishamiz?).

Bundan shuni xulosa qilishimiz mumkinki, biznes-rejada hozirgi holatda ko‘zlangan maqsadga erishishning samarali yo‘llari ko‘rsatilishi, joriy maqsadlarga erishishi, o‘rta va uzoq davrlardagi vazifalari hal etilishi aks ettiriladi.

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

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

Uchinchi bosqichning asosiylaridan biri maqsadga erishish hisoblanadi. Bunda biznes-reja ayrim tovar bozorlaridagi firmaning strategik (istiqbolli) faoliyatini ifodalaydi. Biznes-reja tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanayotgan korxonalar (firmlar)ning kelgusi davriga ishonchli asosdir. Chunki biznes-rejalarda barcha biznesga oid moliyaviy hujjatlar, firma tarixi, rivojlanish tajribalari va yo'l qo'yilgan holatlari ilova qilingan bo'ladi. Yangi tashkil etilayotgan korxonalar (firmlar) uchun yuqoridagi ilovalar zarur emas.

Ko'proq bu yerda reja tuzishni asosi qilib, bozorni o'rganish natijalarini olishimiz mumkin, ya'ni marketing tadqiqotlari natijalari. Bu yerda biz bir necha savollarga javob berishimiz kerak. Bu savollar: «Biznes-rejani kim tuzadi?», «Biznes-reja qachon kerak bo'ladi?», «Qanday alohida tomonlari mavjud?»

Odatda, biznes-rejaning sifati, uni kim tomonidan tuzib chiqilishiga bog'liq bo'ladi. Xalqimizda shunday naql bor: «Nima eksang, shuni o'rsan». Bu biznes-rejaga taalluqlidir. Biznes-rejani kimlar ishlab chiqishi borasida har xil fikrlar yuradi. Ayrımlari korxonalar rahbarining ishi, chunki u bunga mutaxassis va konsultantlar yordamidan foydalanish imkoniyatiga ega, deb hisoblaydi. Boshqa bir fikr shundan iboratki, biznes-reja tuzishda korxonalar ishchilarini keng jalb etish mumkin. Agar korxonalar jamoasi o'zlari mustaqil ishlab chiqsa, «o'zing tuzdingmi — o'zing bajar» tamoyili asosida ancha oson bo'ladi. Biznes-rejani tuzishning aniq yo'llari — bu maqsadni aniqlash, rejalashtirish davrini belgilash, rahbar shaxsi, korxonalar xodimlarining ishiga loyiqlicini baholash, ularning tajribasiga tayanish, bilimi va boshqalar hisoblanadi.

Agar siz o'z ishingizni (loyihangizni) yaxshi bilsangiz, axborot bilan to'la tanishgan bo'lsangiz, unda sizga «Biznes-reja» tuzib chiqish unchalik murakkab emas. Ammo bu jarayonga mutaxassis jalb etish, ular fikrini hisobga olish, reja sifatining oshishiga olib keladi. Hozirgi kundagi tajriba shuni ko'rsatadiki, eng to'g'ri variant reja tuzishda tadbirkor yoki mutaxassislarning maslahatiga keng tayanishdir. Maslahatchilar va tajribali mutaxassislar muammoni to'g'ri qo'yish bilan bir qatorda, «Biznes-reja»ga tovar xususiyatini ta'minlab beradi. Bundan tashqari, maslahatchilarning biznes-reja ishlab chiqish jarayoniga jalb etilishi, mahsulotlar sotish bozorini tanlashda va moliya rejasini ishlab chiqishda ham beqiyosdir.

Endi, navbat biznes-rejalarning tadbirkorlar uchun qachon kerakligidadir. Ko'pchilik ish yurituvchilar, tadbirkorlar, korxonalar

(firma) rahbarlari «Biznes-reja» qachon kerak deyilganda, bankdan ssuda yoki sarmoyadordan pul olishda zarur bo‘ladigan hujjat, deb hisoblaydi. Shu sababli ayrim qo‘shimcha mablag‘ talab etilmaydigan korxonalar biznes-reja tuzishmaydi. Rejalashtirish jarayonini to‘lig‘icha to‘g‘ri tushunmaydi va uning afzalligi, foydasi haqida yetarli tasavvurga ham ega bo‘lishmaydi. Bunday qarashlar noto‘g‘ri hisoblanadi.

Mulk shaklidan qat‘i nazar, barcha tadbirkorlik faoliyati uchun biznes-reja zarurdir. Biznes-rejalar kimlarni ko‘proq qiziqtiradi? U, asosan, xo‘jalik faoliyati yurituvchilar va investitsiya (sarmoya)ga muhtoj bo‘lgani uchun tuziladi:

- ish yurituvchilar;
- mulkdorlar;
- sarmoyadorlar.

Ish yurituvchilar, odatda, biznes-reja tashkilotchisi va bajaruvchisi hamdir. Kam e‘tibor berilsa-da, ish yurituvchining imkoniyati biznes-rejada emas, balki uni rejalashtirish jarayonida yuqori bo‘ladi. Mulkdorning biznes-reja tuzishdan manfaatdor bo‘lishi, o‘z firmasining kelgusidagi rivojlanishi haqida ma‘lumotga ega bo‘lishdir. Kichik korxonalarda ish yurituvchi bir vaqtning o‘zida mulkdor ham bo‘lishi mumkin yoki biznes-reja tashkilotchisi, bajaruvchisi va nazorat olib boruvchisi kabi har xil rolni bajarishi ham mumkin.

Odatda, biznes-rejalar banklar uchun tuziladi. G‘arb banklarining ko‘pchiligiga biznes-rejalar taqdim etilishi majburiydir. Kredit beruvchilar biznes-rejani kredit berish haqidagi qarorlarni qabul qilishdan oldin axborotlarining qo‘shimcha manbayi sifatida ko‘radilar. Ammo kredit aniq bir shaxslarga belgilangan maqsadlari uchun beriladi. Bundan ko‘rinib turibdiki, maqsadni ham bilib olish foydadan xoli bo‘lmaydi.

Biznes-reja tuzilishi ish yurituvchi, mulkdor va sarmoyador uchun manfaatlidir. U ularning quyidagi savollariga to‘la javob beradi:

- firma loyiha imkoniyatlarini baholashda loyiha kelgusida tijorat va moliyaviy yutuq keltiradimi?

- firma va budjet to‘la faoliyati yuzasidan maqsadni belgilashda.

Bundan firmaning qanday umumiy vazifasi mavjud va uning kelgusida rivojlanishi qanday:

- budjet, uning tuzilishi, daromadi va xarajati haqida to‘la tushuncha mavjudmi?

• zarur bo'lgan sarmoya maqsadini aniqlash. Rejalarni bajarish uchun qanday miqdorda mablag' kerak bo'ladi?

• g'oyaga aniqlik kiritishning oxirgi yakuniy hujjati bu biznes-reja hisoblanadi. U o'zida tahlil natijalari, g'oya va to'satdan yuzaga kelgan fikrlarni umumlashtiradi. Faoliyat yuzasidan to'la ma'lumot beradi;

• amaliyotda tanishtirish (prezentatsiya) va tahlil o'tkazishda;

• yaxshi ishlab chiqilgan biznes-reja to'la kafolat bermasada, pul olishga yordam beradi. Sarmoyador biznes-rejadan axborot manbai sifatida foydalanadi. Shu asosda faoliyatni baholaydi;

• loyiha xatari va tugatish darajasi;

• boshqaruv sifati.

Boshqaruv sifati ko'p holatlarda kredit uchun kafolat omili bo'lib xizmat qiladi. Ayrim holatlarda pul berish yuzasidan qaror qabul qilishda asosiy bo'lim biznes-rejaning mazmuni emas, balki uning taqdim etilishi va rasmiylashtirilishi ham katta ahamiyat kasb etadi.

Biznes-rejani ishlab chiqishdan asosiy maqsad — firma faoliyatini kelgusi davr, ayrim olingan davrdagi bozor ehtiyojlari va zaruriy manbalar olish imkoniyatlaridan kelib chiqish.

Biznes-rejalar tadbirkor uchun quyidagi asosiy vazifalarni hal etishda yordam beradi:

• firma faoliyati asosiy yo'nalishi, bozor maqsadlari va firmaning bozordagi o'rnini aniqlash;

• firmaning uzoq muddatli va qisqa davr maqsadlari, strategiyasi, taktikasini amalga oshirishga erishishni belgilab berish;

• firmaning iste'molchilarga tavsiya etadigan tovar (xizmat)lar tarkibini tanlash va asosiy ko'rsatkichlarni aniqlash;

• kadrlarga qo'yilgan talablar va ularning o'z vazifalariga mos kelishini baholash;

• bozorni o'rganish bo'yicha firma marketing tadbirlari tarkibini, reklama realizatsiyasini rag'batlantirish, bahoni shakllantirish va realizatsiya yo'llarini aniqlash;

• mavjud material va moliyaviy mablag'lardan kelib chiqib, firmaning material va moliyaviy holatini baholash;

• biznes-rejaning muvaffaqiyatsizligiga ta'sir etuvchi omillar haqida ogohlantirish.

Bugungi kundagi sharoit tadbirkordan biznesda muvaffaqiyatsizlikka uchrashdan ko'ra, ma'lum vaqt sarflab, biznes-reja ishlab olishni talab qiladi. Yozma shaklda jihozlangan biznes-reja ishni

tashkil etish va uni bajarishni ta'minlashda katta ahamiyatga egadir. Agar bozor tez sur'atlar bilan o'zgarib turgan taqdirda ham uni ishlab chiqishni esdan chiqarmaslik shart.

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

a) rahbarlarni firmaning kelgusi faoliyati bilan qiziqishga undaydi;

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

d) firma faoliyati ustidan kelgusida nazorat olib borish uchun ko'rsatkichlarni belgilaydi;

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

f) bozordagi holatlarning to'satdan o'zgarishi sharoitida har qanday salbiy holatlardan muvaffaqiyatli chiqib ketishni ta'minlaydi;

g) firmaning barcha rahbarlari burch va majburiyatlarini aniq ko'rsatib beradi.

Yana bir yaxshi tomoni, to'g'ri tuzilgan biznes-reja firmaning kelgusida rivojlanishini ko'rsatadi, biznesmenning zarur bo'lgan quyidagi asosiy savollariga ham javob beradi:

- Pulni ushbu faoliyatga sarflash maqsadga muvofiqmi?
- Daromad olib keladimi?
- Qilingan xarajatlarni qoplaydimi?

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

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

2. Davlat korxonasini xususiylashtirishni asoslashda.

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

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

5. Xususiylashtirilgan va xususiy firmalar aksiyalarini chiqarish va realizatsiyasini ta'minlashda.

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

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

juda ham zarur hisoblanadi. Chet el investorlari shaxsan rahbar tomonidan tuzilgan biznes-rejalarni alohida baholaydilar. Konsultantlar tomonidan ishlab chiqilgan va rahbar imzolagan biznes-rejalarni ko'p holatlarda tan olmaydilar. Bu o'z vaqtida maslahatchilardan foydalanmaslikni bildirmaydi, ammo ekspertlarni jalb etishni keng qo'llab-quvvatlaydi. Gap shaxsan rahbarning biznes-reja tuzishda ishtiroki haqida boradi.

Biznesni rejalashtirishning birinchi qadamlaridan biri yuqori malakali kadrlarga asoslangan ishchi guruhni tashkil etish hisoblanadi. Ushbu guruhga o'ta mas'uliyatli vazifa yuklatilib, korxonaga uchun biznes-reja ishlab chiqish va bozor sharoitida muvaffaqiyatli ishlash imkonini yaratib berishdir. Butun bir «Biznes-reja» va uning bo'limlari keng, har tomonlama muhokama qilinishi zarur. Biznes turiga qarab, ishchi guruh tarkibiga marketologlar, huquqshunolar, texnologlar, muhandis-texnik xodimlar, iqtisodchilar, ruhshunolar jalb etiladi. Ish hajmi katta bo'lgan holatda, ular tarkibidan mayda ishchi guruhlar tashkil etilishi mumkin. Har bir guruhga mas'uliyatli shaxs yoki rahbar tayinlanadi.

Biznes mohiyatidan kelib chiqib, aniq topshiriqlar beriladi va ularni bajarishning aniq muddati belgilanadi. Agar biznes-reja ishlab chiqishda ma'lum bir chegaralangan shaxslar ishtirok etsa, ushbu biznes o'ta yuqori muvaffaqiyatga erishmaydi. Shu maqsadda biznes-reja ishlab chiqishga korxonaning barcha asosiy bo'limlari boshliqlari (menejerlari)ning jalb etilishi maqsadga muvofiqdir. Chunki ular doimiy ravishda rahbariyat oldida reja bajarilishi xususida hisobot berib turishadi.

Biznes-reja tuzish — korxonaning oldindan belgilab olgan strategiyasi va taktikasi asosida moliyaviy-iqtisodiy ahvolini tahlil etish va baho berish jarayonidir. Yuzaga kelgan hisobotga baho berish jarayonida quyidagi savollarga javob berilishi kerak:

- Korxonaning tarmoq ichida tutgan o'rni qanday?
- Korxonaga faoliyat ko'rsatadigan bozor xarakteri qanday?
- Korxonaga mavjud bozorning qancha qismini egallashni xohlaydi?
- Qanday sezilarli o'zgarishlar bo'lishi mumkin?
 - a) ishlab chiqariladigan mahsulot va ko'rsatilgan xizmat sohasida;
 - b) tarmoqda qo'llaniladigan texnologiya darajasida;
 - d) raqobat xarakteri borasida;
- Korxonaga kelgusida mahsulot ishlab chiqarish sifatini (raqobatbardoshligini) orttirish maqsadida qanday tadbirlar amalga oshirishni ko'zda tutadi?

- Korxonada qanday afzalliklarga ega?
- Kuchli tomonlari mavjudmi?
- Korxonaning kuchsiz tomonlari mavjudmi?
- Korxonani ko'zlagan maqsadiga erishishida qo'shimcha kapital mablag' zarur bo'ladimi va h.k.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida xo'jalik yuritish rahbarining o'tgan davrda korxonada moliyaviy holatini chuqur tahlil etishni taqozo qiladi. Maqsad — mavjud aktivlardan oqilona foydalanish va korxonani kelgusida strategiyali rejalashtirishni aniqlashdir.

Korxonaning moliyaviy hisoboti keng ma'noda olganda, imkoniyatli sheriklar (hissadorlar, qarz beruvchilar, mol yetkazib beruvchilar) bilan uzviy aloqaning bosh manbasi va vositachisi bo'lib xizmat qiladi. Hisobot ko'rsatkichlarini tahlil etishning to'g'ri yo'lga qo'yilishi korxonada moliyaviy xo'jalik faoliyatini tahlil etish va sheriklarda ishbilarmonlik jarayonlarini birgalikda amalga oshirishga ishonch tug'diradi. Korxonada moliyaviy-xo'jalik faoliyatini tahlil etishda axborot manbasi deb buxgalteriya balansi va moliyaviy natijalar hisoboti olinadi. Korxonada balansidan aniq bir davrga (chorak, yil) moliyaviy holat to'g'risida tavsifnoma olish mumkin. Tahlil etishda quyidagi asosiy koeffitsiyentlardan foydalanish mumkin.

Joriy likvidlik koeffitsiyenti (darajasi) (j.l.k.) qarz miqdori bilan likvid mablag' (qarz to'lashga qodir mablag'ning) miqdori o'rtasidagi nisbatga bog'liq bo'ladi. Agar qarz likvid mablag'dan ko'p bo'lsa, korxonada bankrot bo'ladi. Bu ko'rsatkichlar korxonalarining aylanma mablag'lari bilan to'la ta'minlanganligi va o'z vaqtida muddatli majburiyatlarning bajarilishini xarakterlaydi. U korxonada mavjud bo'lgan ishlab chiqarish quvvatlari, tayyor mahsulotlar, pul mablag'lari, debitorlik qarzlari va boshqa aylanma aktivlarining muddatli majburiyatlariga hisoboti bilan aniqlanadi:

$$J.l.k. = A_{mab.} / QMM, \quad (4.3.1)$$

bu yerda, $A_{mab.}$ — aylanma mablag'lar; QMM — qisqa muddatli majburiyat.

Shaxsiy mablag'lar bilan ta'minlanganlik. Bu ko'rsatkich korxonaning moliyaviy turg'unligini ta'minlovchi aylanma mablag'lari mavjudligini bildiradi. Shaxsiy mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsiyenti bu shaxsiy aylanma mablag'lar hajmi manbayidan haqiqiy asosiy vositalar qiymati va aylanmadan tashqari aktivlar farqini korxonada aylanmasida bo'lgan mavjud ishlab chiqarish

zaxiralari ko‘rinishidagi aylanma mablag‘lar, tugallanmagan ishlab chiqarish, tayyor mahsulot, pul mablag‘lari, debitorlik qarzlari va boshqa aylanma mablag‘lar farqiga nisbati bilan aniqlanadi. Moliyaviy-iqtisodiy talab qoniqarli, deb hisoblanadi.

Yangi loyiha yuzasidan biznes-reja ishlab chiqishdan avval, birinchi navbatda, ularni texnik-iqtisodiy jihatdan asoslash, ya‘ni qo‘yilgan maqsad bo‘yicha loyihaning muvofiqligini aniqlash lozimdir. Agar loyiha maqsadga muvofiq bo‘lsa, uni yana qo‘shimcha ravishda o‘rganish va to‘laqonli darajada loyihani asoslash kerak. Uning keyingi bosqichida ko‘zlangan maqsadni hal etish yo‘lida strategik reja ishlab chiqishdir. Bu rejaga barcha bo‘g‘in va bo‘limlarning strategiyasi kiritilishi shart. Bu yerda eng kerakligi bo‘lim va bo‘g‘in rejalarining koordinatsiya qilinishi, muddatlari bilan bir-biriga bog‘langanligini ta‘minlash maqsadga muvofiqdir. Ko‘zlangan maqsad bo‘yicha korxonani ishlab chiqarish strategiyasini shakllantirishda quyidagi savollarga javob berish kerak:

1. Mavjud tashkiliy tizimga qanday ta‘siri bo‘ladi?
2. Yangi yoki oldingi faoliyat turi korxonani uzoq muddatli maqsadga erishishga mos keladimi?
3. Ushbu loyiha bo‘yicha qo‘yilgan vazifani bajarishga korxonani tayyormi?
4. Rahbarlik darajasi loyiha talablariga mos keladimi?
5. Moliyaviy nuqtayi nazardan korxonani o‘zini boshqarishi mumkinmi?
6. Ko‘zlangan loyihani amalga oshirish uchun korxonaning moliyaviy mablag‘lari yetarlimi?
7. Korxonani loyihani amalga oshirishi yo‘lida zaruriy mablag‘larni bir joyga jamlashi mumkinmi?
8. O‘ylangan strategiya korxonaning ijobiy tomonlarini yoritishga imkon beradimi?
9. Muvaffaqiyatning yuzaga kelishi qay darajada yuqori, uni amalga oshirishda korxonani yana nima ishlar qilishi kerak?
10. Qanday tavakkalchilikka duch keladi, agar u amalga oshirilmasa yoki qo‘llanilmasa, maqsadga erishib bo‘ladimi?
11. Ishlab chiqarish strategiyasini amalga oshirish qancha vaqt talab qiladi va u qanday natijalar beradi?
12. Tavakkalchilik darajasi qanday holatlarda kamayishi mumkin?
13. Qachon mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatishda zararsizlik nuqtasiga erishiladi?
14. Tashqi omillar ta‘siri qanday bo‘lishi mumkin?

15. Qabul qilingan rejani korrektirovka qilish maqsadida vaqt-vaqti bilan ko'rib turilishi qanday?

Yuqoridagi savollarga biznes-rejada atroflicha, aniq tahlil ma'lumotlariga asoslangan holda javob berilishi ko'zlangan maqsadga erishishning bosh mezon hisoblanadi. Har qanday biznes-reja doimiy ravishda qayta ko'rib borilishi shart. Aniq va samarali reja ham tashqi muhit shartlari o'zgarishi hisobiga maqsadini yo'qotishi mumkin. Biznes-reja maqsadi, vazifasi tashqi va ichki omillar hisobiga o'zgarishi mumkin, ya'ni umumiy iqtisodiy ahvol, xaridorning holati, yangi texnologiya, raqobat, ichki omillar, yuqori malakali kadrlarni yo'qotish va h.k.

Bundan tashqari, bozordagi, tarmoqdagi va korxonadagi barcha o'zgarishlarni hisobga olmoq kerak. Chunki bu o'zgarishlar biznes-rejaning bajarilishiga ta'sir etishi e'tibordan xoli emas. Shuning uchun korxonalar rahbarlari tomonidan tegishli o'zgarishlar kiritilib borilishi maqsadga muvofiqdir. Rahbar bozor sharoitidan kelib chiqib, rejaga nisbatan farqlanishni tushunishi va to'g'ri baholashi lozim. Rahbarning bunday yondashuvi reja topshiriqlarini bajarish va maqsadga erishishda to'g'ri yo'lni tanlaganligini bildirib, o'z navbatida, muvaffaqiyat garovi ham bo'lib qoladi. Yuqoridagi maqsadga erishishning birdan bir to'g'ri yo'li, uning yetarli axborot manbayiga ega bo'lishidir. Hozirda biznes ko'proq axborot manbayi yetarli emasligi hisobiga qiyinchiliklarga duch kelmoqda. Ularga:

- korxonalar rahbari ish stolidan tezkor ma'lumot mavjud emasligi;
- tovar-material boyligining hisobi yetarli darajada to'liq olib borilmasligi;
- tovar-material zaxiralari zarari, mahsulotlarning tabiiy yo'qolishi;
- unumsiz yo'qotishlar hisobi va to'la amalga oshirilmaganligi;
- mahsulot turi bo'yicha hisob yangi holatda olib borilmaganligi;
- debitor-kreditorlik qarzlari hisobotlari kech tayyorlanishi yoki rahbar tomonidan tahlil etilmasligi va h.k.

Bundan tashqari, bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar rahbarlari tashqi axborot manbalaridan kam foydalanadi. Ularning sababi:

- axborot va konsalting markazlar xizmati joylarda talab darajasida emasligi;
- tijorat banklari faoliyat turi nisbatan cheklanganligi;
- tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar palatasining ishlari tadbirkorlarni to'la qoniqtirmasligi;
- konsern, tarmoq uyushmalari, investitsion uyushmalar;

- kasb jurnallari kam darajada chop etilishi. O‘z vaqtida yetib kelmasligi;

- birja yangiliklari doimiy ravishda berib borilmasligi.

«Biznes-reja» biznesning hayotiyligi va imkoniyatlarini bildiradi, shu bilan bir qatorda, korxonalar rahbarlarini ayrim omillar o‘zgarishini tushunishga va uning asosida ko‘zlangan maqsadga erishishga yo‘naltiradi. Biznes-reja moliyalashni amalga oshiruvchi korxonalar uchun foyda me‘yorini baholash, imkoniyatli boshqaruv qarorini qabul qilish, turmush tarzi bilan reja bir maqsadga qaratilganligini belgilash imkoniyatini beradi.

Biznes-rejaning keng mazmunligi va ko‘p qirraliligi biznes doirasi hamda sohasiga ham bog‘liqdir. Har bir sohaning biznes-rejasi o‘z xususiyatlariga ega bo‘ladi. Bundan tashqari, bozor sig‘imi, raqobat, korxonalar imkoniyatlarining o‘shishi ham biznes-reja mazmuniga ta‘sir etadi.

4.4. Xususiy ishni tashkil etishning bosqichlari va amaliy qadamlar

Xususiy ishni tashkil etish bosqichlari quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- *birinchi bosqich.* Siz va sizning biznes g‘oyangiz. Bu bosqichda siz, bo‘lajak tadbirkor sifatida, o‘z imkoniyatingizni baholaysiz, biznes g‘oyangizni tanlaysiz, biznesni hayotingizning har bir qirrasiga ta‘sirini ko‘rib chiqasiz. Bu bosqichni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun, avvalgi bo‘limlarda ta‘kidlangan tadbirlarni diqqat-e‘tibor bilan amalga oshirasiz. Bo‘lajak mijozlarning soni, to‘lov qobiliyati, odat va qiziqishlari haqidagi kerakli ma‘lumotni to‘plash va uni sinchkovlik bilan o‘rganish muhimligini eslatib o‘tamiz. Bu bosqichda savdo-sanoat palatasi va uning o‘quv markazi tomonidan tashkil etilgan, bo‘lajak tadbirkorlar uchun qisqa muddatli kurslarga qatnashish, tadbirkorlarni qo‘llab-quvvatlash informatsion-konsultativ markazida ishlaydigan maslahatchilar bilan uchrashish ortiqchalik qilmaydi;

- *ikkinchi bosqich.* Tanlangan g‘oyaning hayotiyligini tekshirib ko‘ring, bozordagi holatni o‘rganing, o‘z biznesingizni joylashtirmoqchi bo‘lgan joyni tanlang, sotish hajmi bo‘yicha bashorat qiling, o‘z tovar-xizmatlaringizni taklif qilmoqchi bo‘lgan baho haqida o‘ylang. Sizning bo‘lajak mijozlaringiz ular uchun qancha to‘lamoqchi ekanligini aniqlang. Biznesingiz uchun mos keladigan nomni o‘ylab toping;

- *uchinchi bosqich.* Biznesingizni ochish uchun zarur bo'lgan mablag' miqdorini aniqlang. Biznes uchun kerakli mablag' va investitsiyaning umumiy hisobini bajaring. Bu haqda biz biznesni rejalash bo'limida fikr yuritamiz. Biroq ro'yxatdan o'tkazish (rasmiylashtirish), litsenziya va ruxsatnomalarni olish uchun kerakli mablag' miqdorini avvaldan hisoblash mumkin. Bo'lishi mumkin bo'lgan moliyalash manbalari haqida ma'lumot to'plang. Bu borada sizga «Biznesni moliyalash, manbalar va moliyalashni amalga oshirish imkoniyatlari» bo'limida aks etgan ma'lumotlar yordam beradi;

- *to'rtinchi bosqich.* Huquqiy masalalarni yechish. Biznesni ochish va uni yuritishning huquqiy tomonlari maxsus bilimlarni talab etadi, shuning uchun mos keladigan maslahatchilarni topish maqsadga muvofiq. Zaruriy huquqiy yordam va maslahatlar, biznesni tashkil etish bo'yicha, savdo-sanoat palatasining mahalliy bo'limlari, konsalting agentliklaridan olinishi mumkin. Ushbu bosqichda biznesingizga mos keladigan huquqiy (tashkiliy-huquqiy) shaklni tanlash zarur. Rejalashtirilgan faoliyatni amalga oshirish uchun litsenziya va ruxsatnomalarni olish zaruriyati, sug'urta, huquqiy mas'uliyat masalalarini ham aniqlash maqsadga muvofiq;

- *beshinchi bosqich.* Biznesni davlat ro'yxatidan o'tkazish. Bu bosqichda firmangiz nomini aniqlash va statistika organlaridan o'xshash firma yo'qligi xususidagi ma'lumotni olish kerak. Bo'lajak biznesning hamkor ta'rischilari bilan aniqlik kiritib, uni ochish va davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun zaruriy hujjatlarni tayyorlagan holda tasdiqlatib olish kerak;

- *oltinchi bosqich.* Bank tanlash va bank hisobini ochish. Davlat ro'yxatidan o'tgach, sizga berilgan hujjatlar, tasdiqlangan muhr namunalari asosida o'zingizga muhr va shtamp tayyorlatib olishingiz kerak. Ularni qayerda tayyorlatish bo'yicha ma'lumotni, siz davlat qaydi haqida hujjatlarni bergan, tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyasidan olishingiz mumkin. Muhr tayyorlangach, bank tanlanadi va unda o'rnatilgan tartibda barcha moliyaviy operatsiyalarni bajarish uchun hisob raqami ochiladi. Tadbirkorlik subyektlariga keng miqyosda moliyaviy yordam ko'rsatish uchun maxsus «Mikrokreditbank» ochilgan. Bank tomonidan tavsiya etilayotgan shartlar boshqa banklarga qaraganda, ko'p hollarda, qulay hisoblanadi. Shu bilan bir qatorda bank tanlash o'tkazilgan tahlil, tadbirkorlar bilan suhbat asosida amalga oshiriladi. Bular sizga u yoki bu bankda mavjud bo'lgan qulaylik va cheklanishlar haqida tushuncha bera oladi.

Sanab o‘tilgan barcha bosqichlarni muvaffaqiyatli amalga oshirib, bunga to‘la huquqqa ega bo‘lgan holda tadbirkor sifatida o‘z faoliyatingizni boshlash imkoniyatiga ega bo‘lasiz. O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligida tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va rivojlantirish, tadbirkorlik faoliyatini yuritish uchun qulay huquqiy shart-sharoitlar yaratilgan. Bu esa aholi turmush sharoitini oshirish barobarida mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirishda asosiy omillardan biri bo‘lmoqda.

O‘z biznesini yaratish bo‘yicha amaliy qadamlar

1-qadam. Korxonani ta‘sis etish uchun ta‘sischilar kengashini o‘tkazish.

Agar o‘z korxonangizni ochishga qaror qilgan bo‘lsangiz, quyidagi tartibda ish olib borish talab etiladi. Bunda korxonaning bo‘lajak ta‘sischilari quyidagilarni aniqlashlari kerak:

- firmaning nomi;
- kimlar firmaning kompanyon (ta‘sischi)lari bo‘ladi (jismoniy yoki huquqiy shaxs);
- korxonaning tashkiliy-huquqiy shakli;
- Nizom fondi va hamkorlar ulushining o‘lchami;
- faoliyatning asosiy turi;
- faoliyatning boshqa turlari;
- korxonaning rahbarlik organlari;
- korxonani boshqarishga vakolatli shaxslar;
- korxonaning joylashishi;
- korxonaning ko‘zda tutilgan faoliyat muddati;
- korxonani yopish usuli.

Kengash bayonnomasining notarius tomonidan tasdiqlangan bir necha nusxasini har bir ta‘sischi hamda rasmiylashtirish organlariga taqdim etish uchun tayyorlang.

2-qadam. Ta‘sis hujjatlarini tayyorlash.

Huquqiy shaxslar vakolatini shaxslarning imzolarini muhr bilan tasdiqlaydi, jismoniy shaxslarning imzolari notarius orqali amalga oshiriladi. Kompanyonlar-jismoniy shaxslar barcha nusxalarni, notarius ishtirokida pasportlarni ko‘rsatgan holda imzolaydilar.

O‘zingizga nizomdan besh-olti nusxa tayyorlating va notarius tomonidan tasdiqlating. Xuddi shuningdek, ta‘sischilar kengashining firma ta‘sis etilganligi haqidagi bayonnomasidan ham tasdiqlangan nusxalar oling. Bu hujjatlar davlat va boshqa tashkilotlar bilan bo‘lgan munosabatlaringizda qo‘l kelishi mumkin.

Har bir hamkor tasdiqlangan ta'sis hujjatlaridan bir nusxadan olsalar maqsadga muvofiq bo'lar edi.

I z o h: shu daqiqadan boshlab, barcha keyingi harakatlar faqat bir kompanyon yoki uchinchi shaxs tomonidan ishonch qog'ozi asosida amalga oshiriladi.

3-qadam. Bankda vaqtinchalik (to'plash) hisob raqamini ochish va bankka rasmiylashtirishda (MCHJ, QMJ uchun ta'sis hujjatlarida ko'rsatilgan Nizom fondining 30 % idan kam bo'lmagan o'lchamdagi) Nizom fondining bir qismi qo'yiladi.

4-qadam. Aksiyaga obunani tashkil etish, ta'sis yig'ilishini (hissadorlik jamiyati uchun) chaqirish.

5-qadam. Korxonaning firma nomi berilishi va identifikatsiyalash.

M a ' l u m o t u c h u n: korxonaning firma nomi berilganligi haqidagi guvohnoma olingach, ko'pi bilan 2 oy muddatida hujjatlarni rasmiylashtirish uchun tayyorlashni tugallash va uni rasmiylashtirish organiga topshirish kerak, aks holda guvohnoma o'z kuchini yo'qotadi.

6-qadam. Korxonaning davlat ro'yxatidan o'tishi uchun bo'lgan to'lovni to'lash.

7-qadam. Rasmiylashtirish organlariga hujjatlarni taqdim etish.

8-qadam. Muhrni tayyorlash ichki ishlar boshqarmasining mos organlari tomonidan amalga oshiriladi.

Shu bilan korxonani rasmiylashtirish uchun zarur bo'lgan qadamlar tugaydi. Qonun bilan belgilangan muddat mobaynida korxonani rasmiylashtirish haqidagi qaror qabul qilinadi. Korxonaga ro'yxatdan o'tkazishning tartib raqami beriladi, ta'sischilar ro'yxatdan o'tkazish (rasmiylashtirish) guvohnomasini olishadi.

I z o h: shu daqiqadan boshlab korxonaga huquqiy shaxs maqomiga ega bo'ladi va xo'jalik faoliyatini amalga oshirish mumkin.

*Rasmiylashtirishdan keyin amalga oshirilishi
kerak bo'lgan majburiy qadamlar*

9-qadam. Bankda hisob raqamini ochish.

O'zbekistonda amaldagi bank to'lovlarini amalga oshirish qonunlariga muvofiq so'm va valutadagi (xorijiy hamkorlar bilan

hisob-kitob qilishda) talab etilgan depozit bank hisoblariga ega bo'lishingiz mumkin. Bu holda shuni nazarda tutingki, respublikaning turli banklarida so'm va valutada bir necha depozit bank hisoblariga ega bo'lish imkoni bor.

Bundan tashqari, zaruriyat tug'alsa, korxonada rasmiylashtirilgunga qadar, vaqtinchalik talab etilishi bo'yicha 3 oyga qadar muddatda, ta'sischilarning dastlabki to'lovlarini to'plash uchun, hisob raqami ochish mumkin (rasmiylashtirishdan keyin umumiy asoslardagi asosiy hisob raqami ochiladi). Vaqtinchalik hisob raqamini ochish uchun bankka ariza (maxsus shakldagi, bank tomonidan beriladi) hamda ta'sis shartnomasining notarius tomonidan tasdiqlangan nusxasi taqdim etilishi kerak.

Talab etilgunga qadar depozit hisob raqamini ochish uchun quyidagilarni amalga oshirishingiz kerak:

- rahbarlik lavozimlariga shaxslarni hamda bosh buxgalterni tayinlash haqidagi buyruq berish. Bu holda shuni nazarda tutingki, bizning qonunchiligimizga mos ravishda korxonada buxgalteriya xizmatini tashkil qilish shart emas, chunki, *birinchidan*, buxgalteriya hisobini yuritish uchun maxsus mutaxassislar yoki buxgalteriya firmasini shartnoma asosida jalb etish mumkin, *ikkinchidan*, korxonada rahbari o'zi mustaqil buxgalteriya hisobini yuritish mumkin. Biroq, odatda, rahbar va bosh buxgalter lavozimlariga turli jismoniy shaxslar tayinlanadi, bu ularning har biriga o'z funksiyasini samaraliroq bajarish imkonini beradi;

- rahbar shaxs va bosh buxgalter imzolarining namunalari qo'yilgan ikki varaqa to'ldiriladi va (agar bu ikki lavozimdagi shaxs bitta bo'lmasa) hamda muhrning bosilgan ikki nusxasi ham bankka topshiriladi (dehqon xo'jalik rahbari va yakka tadbirkor o'z imzo namunalari taqdim etadilar). Varaqani o'z bankingizda olib, imzolar notarius tomonidan tasdiqlanadi;

- bankka hisob raqami ochish uchun (maxsus shakldagi), faoliyat joy manzili va ochilayotgan hisob raqamlari turi ko'rsatilgan holda ariza taqdim etiladi;

- bankka davlat ro'yxatidan o'tkazish guvohnomasi nusxasi taqdim etiladi.

Ma'lumot uchun: arizani ko'rib chiqish va bank tomonidan hisob raqamini ochish yuqorida ta'kidlangan hujjatlarni olgach, ikki bank kundan ortiq bo'lmasligi kerak, hisob raqamini ochish uchun to'lov miqyosi minimal ish haqining 0,5 % idan ortmasligi kerak.

10-qadam. Ayrim faoliyat turlarini amalga oshirish uchun kerakli litsenziya (ruxsatnoma) olish.

Ma'lumotlar uchun: amaldagi qonunlarga mos foydalanilayotgan bino joylashgan joyiga qarab, siz murojaat qilishingiz kerak:

- Davlat yong'in xavfsizligi xizmati organlariga — agar sizning faoliyatingiz yog'och materiallari, yengil alanganuvchi, yonuvchi suyuqlik va gazlar ishlab chiqarish, saqlash va realizatsiya qilishni ko'zda tutgan, foydalanilayotgan obyekt turar joy binosida joylashgan hollarda. Bu holda faoliyat manzili, joyi va turi ko'rsatilgan ariza taqdim etish yetarli bo'ladi;

- Davlat sanitariya-epidemiya nazorati markazlariga — kimyoviy va biologik moddalar, parfumeriya-kosmetika mahsulotlarini ishlab chiqarish, oziq-ovqat qo'shimchalari qo'llash, radioaktiv materiallardan foydalanish, radiatsiya texnikalarini qo'llash, oziq-ovqat mahsulotlari va xomashyosini realizatsiya qilishni tashkil etish hollarida. Bu holda taqdim etiladigan hujjatlar ro'yxati qisqa faoliyat turi va joy manzili ko'rsatilgan ariza hamda oziq-ovqat va umumiy ovqatlanish mahsulotlarini ishlab chiqarish va ularni sotish bilan shug'ullanuvchilarning tibbiy ruxsatnomalaridan nusxa.

Izoh: yoddan chiqarmang, ma'lum bir shartnoma bo'yicha to'lov evaziga u yoki bu masala bo'yicha maslahat beruvchi, sizning korxonangizni rasmiylashtirishda ta'sis hujjatlaridan tortib, muhr tayyorlashgacha bo'lgan jarayonda tez va sifatli amaliy yordam ko'rsatuvchi maxsus firmalar mavjud (ularning e'lonlarini mahalliy matbuot nashrlaridan topishingiz mumkin). Xuddi shunday yordamni yuqorida ta'kidlanganidek, O'zbekiston Respublikasi tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar palatasining informatsion-konsalting markazlari hamda hududiy biznes-inkubatorlar ko'rsatishi mumkin.

11-qadam.

- Moliyaviy-buxgalteriya hujjatlarini olish va buxgalteriya hisobi kitoblarini ochish

- Aksiya va obligatsiya chiqarish.

Izoh: 1. Huquqiy shaxsingizni davlat ro'yxatidan o'tkazishga ruxsat bermaslik, qonun bilan belgilangan huquqiy shaxsni shakllantirish tartibi buzilgan yoki rasmiylashtirishga taqdim

etilgan hujjatlar to'plamining mavjud talablariga (masalan, biron-bir hujjatning yetishmasligi, ta'sis hujjatlarida yetishmovchilik va kamchiliklarning aniqlanishi) mos kelmasligi sababli ro'y berishi mumkin.

2. Davlat ro'yxatidan o'tkazishga ruxsat bermaslik ro'yxatdan o'tkazishga rad etilganligi haqidagi kuzatuv xati bilan taqdim etilgan barcha hujjatlar va ro'yxatdan o'tkazish uchun to'langan to'lovlar qaytariladi. Agar ro'yxatdan o'tkazish uchun qaytadan hujjat topshirilgan hollarda ro'yxatdan o'tkazish uchun to'langan to'lov qaytarilmasligi mumkin.

Xususiy biznesni davlat ro'yxatidan o'tkazish

Boshqa mamlakatlardan O'zbekistonning o'ziga xos farqi shundaki, yurtimizda korxonalarni tashkil etish borasidagi byurokratik to'siqlarni bartaraf etuvchi, tadbirkorlar subyektlarini ro'yxatdan o'tkazishning yetarli darajadagi sodda tizimi mavjud. 2006-yilning 1-sentabridan mamlakatimizda tadbirkorlik subyektlarini hisobga qo'yish va ro'yxatdan o'tkazish tartibi kiritilgan hamda muvaffaqiyatli amalga oshirilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006-yil 24-maydagi Qarori bilan tasdiqlangan «Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olish va hisobga qo'yishning xabardor qilish tartibini joriy etish to'g'risidagi Nizom»ga mos ravishda, xususiy biznesini ochmoqchi bo'lgan shaxslarga, rasmiylashtirish organlariga hujjatlarning ma'lum bir to'plamini taqdim etish kifoya, qolgan barcha ishlarni davlat ro'yxatidan o'tkazishni mas'ul tuzilma bajaradi.

Tadbirkorlik subyektlarini hisobga qo'yish bilan bog'liq barcha kerakli ishlar soliq va statistika organlarida ariza beruvchining ishtirokisiz amalga oshiriladi. Ro'yxatdan o'tkazish bilan bog'liq ishlar bu holda ikki ish kunidan ortmaydi. Shu bilan bir qatorda shuni ta'kidlash joizki, ushbu Nizom, yer maydoni ajratish, gaz, elektr tarmoqlariga ulanish hamda litsenziya olinishi kerak bo'lgan faoliyat turlari bilan bog'liq tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazishga tatbiq etilmaydi.

Yer maydoni ajratish, gaz va elektr tarmoqlariga ulanish hamda litsenziya olinishi kerak bo'lgan faoliyat turlari bilan bog'liq tadbirkorlik subyektlarini (bank, kredit uyushma va ommaviy axborot vositalari bundan mustasno) hisobga qo'yish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi hamda muddatlari, shuning-

dek, vakolatli organlar va ekspluatatsion tashkilotlarda, shu jumladan, obyektlarning qurilishi va rekonstruksiya uchun kerakli bo'lgan, muhandislik kommunikatsiyalariga ulanish (gaz, elektr, suv, issiqlik ta'minotlari, kanalizatsiya, telefon aloqasi) texnik shartlarini ruxsat berish tavsifidagi hujjatlarini rasmiylashtirish tartibi va muddatlari, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun turar joy binolarini noturar joy binolari kategoriyasiga o'z muddatida rasmiylashtirish O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015-yil 28-sentabrdagi «Tadbirkorlik subyektlariga «Yagona darcha» tamoyili bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatish tartibini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qarorining ijrosi bo'yicha Vazirlar Mahkamasi tomonidan ishlab chiqilgan Nizom asosida boshqariladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015-yil 15-maydagi «Xususiy mulk, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni ishonchli himoya qilishni ta'minlash, ularni jadal rivojlantirish yo'lidagi to'siqlarni bartaraf etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Farmonining ijrosini ta'minlash va tadbirkorlik tuzilmalariga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan keng foydalangan holda davlat xizmatlarini ko'rsatish sifati hamda ulardan foydalanish imkoniyatlarini tubdan oshirish va shaffofligini ta'minlash maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Tadbirkorlik subyektlariga «Yagona darcha» tamoyili bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatish tartibini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qarori bilan 2016-yilning 1-yanvaridan tuman (shahar) hokimliklari huzuridagi tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyalari negizida tadbirkorlik subyektlariga «Yagona darcha» tamoyili bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatish yagona markazlarini (keyingi o'rinlarda «Yagona darcha» markazlari) tashkil etildi, shu muddatdan boshlab «Yagona darcha» markazlari tomonidan ko'rsatilayotgan xizmatlar uchun boshqa davlat va xo'jalik boshqaruv organlariga tadbirkorlik subyektlaridan bevosita hujjatlar qabul qilish taqiqlandi.

Mazkur qarorga binoan, «Yagona darcha» markazlarining asosiy vazifalari sifatida quyidagilar belgilandi:

- «Yagona darcha» tamoyili bo'yicha davlat xizmatlarini ko'rsatish;

- tadbirkorlik subyektlariga ro'yxatdan o'tkazish, ruxsat berish va litsenziyalash tartib-taomillaridan o'tishda shaffoflikni ta'minlash;

- tadbirkorlarga davlat xizmatlarini ko'rsatishda byurokratik g'ov-to'siqlarga yo'l qo'ymasdan davlat xizmatlari ko'rsatayotgan davlat organlari va boshqa tashkilotlar bilan yaqin hamkorlik o'rnatish;
- arizachilarga informatsion yordam ko'rsatish, shuningdek, davlat xizmatlarini ko'rsatish tartibi va muddatlari to'g'risida bepul konsultatsiya berish.

Ro'yxatdan o'tkazish quyidagi maqsadlarda amalga oshiriladi:

- xo'jalik munosabatida alohida shaxs faoliyat yuritayotganligining qonuniyligini tasdiqlash;
- tadbirkorlik subyektlarini hisobga olish;
- tadbirkorlik subyektlari reyestrini yuritish;
- tadbirkorlik subyektlarining huquqiy, mulkiy va tashkiliy holati to'g'risidagi ma'lumotlarni jamlash.

Qarorning 2-ilovasida «Yagona darcha» tamoyili bo'yicha tadbirkorlik subyektlariga davlat xizmatlarini ko'rsatish yagona markazlari orqali ko'rsatiladigan davlat xizmatlari ro'yxati e'lon qilindi. Uning tarkibiga quyidagi davlat xizmatlari kiritildi (4.4.1-jadval).

4.4.1-jadval

«Yagona darcha» tamoyili bo'yicha tadbirkorlik subyektlariga davlat xizmatlarini ko'rsatish yagona markazlari orqali ko'rsatiladigan davlat xizmatlari ro'yxati

T/r	Beriladigan hujjatlar, ko'rsatiladigan xizmatlar	Harakat va (yoki) muayyan faoliyat	Tadbirkorlik subyektlariga hujjat berishga vakolatlangan organ
1.	Tadbirkorlik subyektlarini muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga «kalit bilan topshirish» shartida ulanish	Muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga ulanish	Tuman (shahar) hokimiyatlari
2.	Bino va inshootning tashqi ko'rinishini o'zgartirish bo'yicha kelishuv (fasadni ta'mirlash)	Bino va inshootning tashqi ko'rinishini o'zgartirish (fasadni ta'mirlash)	Davraxitekt-qurilish
3.	Obyektни qayta ixtisoslashtirish va rekonstruksiya qilishga ruxsatnoma	Muhandislik qurilmalari-ga tushadigan yuklama hajmini o'zgartirmasdan obyektни qayta ixtisoslashtirish va rekonstruksiya qilishni amalga oshirish	

4.	Qurilish-montaj ishlarini amalga oshirishga ruxsatnoma	Qurilish-montaj ishlarini amalga oshirish	
5.	Yer uchastkasiga bo'lgan huquqning davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risida guvohnoma	Yer uchastkasiga bo'lgan yuridik shaxs huquqlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish	Davyergeodezkadastr qo'mitasi
6.	Bino, inshoot va ko'p yillik daraxtlarga bo'lgan huquqning davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnoma	Yuridik shaxslarni bino, inshoot va ko'p yillik daraxtlarga bo'lgan (yerosti inshootlarini hisobga olgan holda) huquqlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish	
7.	Yuridik shaxslar bino va inshootlarining ipoteka va ipoteka haqidagi shartnomalarini davlat ro'yxatidan o'tkazish	Ipoteka to'g'risidagi shartnomani, ko'chmas mulka bo'lgan huquq va u bilan amalga oshirilgan bitimni hamda ipotekalarning davlat ro'yxatidan o'tganligi tasdig'ini Davlat reyestrda ro'yxatdan o'tkazilganligi haqida yozuv kiritish	
8.	Alkogol mahsulotlari chakana savdosini amalga oshirish huquqiga ruxsat beruvchi guvohnoma	Alkogol mahsulotlari chakana sotish	
9.	Umumiy ovqatlanish tashkilotlari tomonidan alkogol mahsulotlarini sotish huquqiga ruxsat beruvchi guvohnoma	Umumiy ovqatlanish tashkilotlari tomonidan alkogol mahsulotlarini sotish	Alkogol mahsulotlari chakana savdosini amalga oshirish huquqiga ruxsat beruvchi guvohnoma berish bo'yicha Qoraqalpoqiston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyat va Toshkent shahar hokimligi huzuridagi maxsus komissiya
10.	Ko'chma savdoga ruxsatnoma	Tovarlarni nostatsionar savdo joylarida chakana sotish	
11.	Tashqi reklamalarni joylashtirishga ruxsatnoma	Tashqi reklamalarni alohida maxsus konstruksiyalarda, moslamalarda,	

		ekranlarda, bino va inshootlarda, yo'l chetlari va ko'cha yoritgichlari ustunlarida hamda tabiat muhofaza qilinishi belgilangan obyektlar atroflarida joylashtirish	
12.	Turar joyni noturar joy toifasiga o'tkazish to'g'risida ruxsatnoma	Joydan tijorat maqsadlarida foydalanish	Tuman (shahar) hokimligi
13.	Foydalanish jarayonida yaroqsiz holga kelgan yer uchastkasini qayta tiklash haqida xulosa	Sanoat ahamiyatini yo'qotgan yoki konni qazishda yoxud keyingi geologiya qidiruv ishlarida foydali qazilmalar borligi o'z tasdig'ini topmagan foydali qazilmalar zaxirasi yerlarini ushbu yerdan foydalanuvchining balansidan chiqarish haqida ruxsatnoma	
14.	O'rmon fondiga kirmaydigan daraxtli va bo'tali ekinlarni kesishga ruxsatnoma	O'rmon fondiga kirmaydigan daraxtli va butali ekinlarni kesishni amalga oshirish	Tuman (shahar) hokimligi
15.	Maxsus suvdan foydalanishga yoki suvni iste'mol qilishga ruxsatnoma	Maxsus suvdan foydalanish yoki suvni iste'mol qilish	Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi, Qishloq va suv xo'jaligi vazirligi
16.	O'simlik dunyosi obyektlaridan maxsus foydalanishga ruxsatnoma	O'simlik dunyosi obyektlaridan maxsus foydalanish	Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi, Qishloq va suv xo'jaligi va zirligi, tuman (shahar) hokimligi

I z o h: Ushbu ro'yxatga O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarori bilan qo'shimcha xizmat turlari kiritilishi mumkin.

Bu holda rasmiylashtirish tartibi tuman (shahar) hokimiyatlari qoshidagi tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish

inspeksiyalari tarkibida tashkil etilgan «Yagona darcha» tamoyili bo'yicha tadbirkorlik subyektlariga davlat xizmatlarini ko'rsatish yagona markazlari tomonidan 2016-yilning 1-yanvaridan boshlab amalga oshirila boshladi.

Huquqiy shaxsni shakllantirmay, yakka tadbirkor sifatida, tadbirkorlik faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni mamlakatimizga olib kirib kirishni rejalashtirgan jismoniy shaxslarni davlat ro'yxatidan o'tkazishning maxsus tartibi va muddatlari belgilangan. Bu tartib O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2004-yil 2-sentabrdagi qarori bilan tasdiqlangan Nizom bilan boshqariladi.

Tadbirkorlik subyektlarini, kim va qanday tartibda davlat ro'yxatidan o'tkazishni amalga oshiradi?

Amaldagi Nizomga mos, davlat soliq va statistika organlarida bir vaqtda hisobga qo'yish bilan davlat ro'yxatidan o'tkazish quyidagi davlat organlari tomonidan amalga oshiriladi:

- O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi tomonidan — O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va hukumati qarorlariga mos tuzilgan audit hamda sug'urta tashkilotlari, birjalar, aksiyadorlik kompaniyalari shaklidagi xo'jalik organlari (davlat aksiyadorlik kompaniyalari va xoldinglarni qo'shib hisoblaganda) chet el investitsiyalari bilan ishlaydigan korxonalar, Toshkent shahrida tashkil qilingan bozorlar hamda qonunda ko'zda tutilgan boshqa tashkilotlar;

- Qoraqalpog'iston Respublikasi Adliya vazirligi va viloyatlar adliya boshqarmalari tomonidan — chet el investitsiyalari bilan ishlaydigan korxonalar, Qoraqalpog'iston Respublikasi va viloyatlarda tashkil qilingan bozorlar hamda qonunda ko'zda tutilgan boshqa tashkilotlar;

- shahar va tuman hokimligi qoshidagi tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyalari tomonidan — chet el investitsiyalari bilan ishlaydigan korxonalarni qo'shib hisoblaganda, barcha tadbirkorlik subyektlari; bu yerda yuqoridagi ikki abzasda keltirilganlar bundan mustasno.

Shunday qilib, odatda, o'z faoliyatini endi boshlagan tadbirkor ro'yxatdan o'tkazish uchun murojaat qiladigan asosiy organ shahar va tuman hokimligi qoshidagi tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyasi hisoblanadi.

*Davlat ro'yxatidan o'tish uchun qanday
hujjatlar taqdim etiladi?*

Korxonalarni tuzish va uni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ta'sischi ta'sis hujjatlarini, Nizom va zaruriyat tug'ilganda ta'sis shartnomasini tayyorlashlari zarur. Ta'sis hujjatlarida, asosan, firma nomi, manzili, maqsad va vazifalari, faoliyat turi, Nizom fondining o'lchami, ta'sischi Nizom qo'yilmalarining turlari, ta'sischilarning huquq va burchlari, firmani boshqaruv tuzilmasi, dividendlarning o'lchami va taqsimlash tartibi, firma mas'uliyatlari bo'yicha tadbirkorlarning javobgarliklari, firmani tarqatib yuborish shartlari, ta'sischilarning familiya va ismlari, yashash joylari aks etadi. Ta'sis hujjatlariga qonunchilikka zid bo'lmagan boshqa ma'lumotlar kiritilishi mumkin. Huquqiy shaxs sifatida tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ro'yxatdan o'tkazish organiga ta'sischi tomonidan shaxsan kelib yoki pochta orqali belgilangan shakldagi ariza taqdim etiladi. Bu arizaga quyidagilar ilova qilinadi:

- ikki nusxada, davlat tilidagi notarius tomonidan tasdiqlangan tartibdagi ta'sis hujjatlarining asl nusxalari, bu holda davlat korxonalari bazasida tashkil ettirilgan aksiyadorlik jamiyatlari uchun notarius tomonidan tasdiqlangan ta'sis hujjatlari talab etilmaydi (huquqiy shaxsni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ro'yxatdan o'tkazish organiga taqdim etilgan ta'sis hujjati Nizom yoki ta'sis shartnomasi va Nizom hisoblanadi, bu holda MCHJ va QMJlar uchun ta'sis shartnomasi va Nizom, to'la va kommandit hamkorliklar uchun faqat ta'sis shartnomasi, aksiyadorlik jamiyatlari, xususiy korxonalar, huquqiy shaxs shakllantirilgan dehqon xo'jaliklari va fermer xo'jaliklari uchun faqat Nizom);

- belgilangan miqdordagi davlat bojlari yoki ro'yxatdan o'tkazish uchun to'lovlarni to'lash haqidagi bank to'lov hujjatlari (davlat korxonalari bazasida tuzilgan aksiyadorlik jamiyatlari hamda dehqon xo'jaliklari bundan mustasno);

- firma nomiga o'xshash yoki juda yaqin nomlarning yo'qligi haqidagi ma'lumotnomaning asl nusxasi;

- muhr va shtampning uch nusxa namunasi.

Dehqon xo'jaliklari (yuridik shaxslar) va fermer xo'jaliklarini ro'yxatdan o'tkazish uchun qo'shimcha ravishda, tuman hokimining yer uchastkasini ajratish haqidagi qaroridan nusxa ilova qilinadi. Bozorlar hamda xorij investitsiyalari kiritilgan korxonalar, chet el sarmoyasi ishtirok etgan boshqa korxonalarni tuzishda,

bu biznesini endi boshlayotganlar uchun kamdan kam hollarda ro‘y berishi mumkin bo‘lsa-da, qo‘shimcha hujjatlarni taqdim etish talab etiladi. Bu hujjatlar ro‘yxatini ro‘yxatdan o‘tkazish organlarida olish mumkin. Jismoniy shaxs yakka tadbirkorligini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish uchun yashash joyidagi inspeksiyaga kelishlari yoki pochta orqali quyidagilarni taqdim etishlari kerak:

- belgilangan tartibdagi davlat ro‘yxatidan o‘tish haqidagi ariza. Bu arizaga quyidagilar ilova qilinadi:

- 3×4 sm o‘lchamdagi 2 ta rasm;
- ro‘yxatdan o‘tkazish uchun to‘lanadigan belgilangan o‘lchamdagi to‘lov haqidagi bank hujjati;
- muhr va shtampning uch nusxa namunasi;
- pasportdan nusxa.

Yuridik shaxs korxonalarini ro‘yxatdan o‘tkazish

Yuridik shaxs davlat ro‘yxatidan o‘tgan daqiqadan boshlab tuzilgan hisoblanadi. Tashkilot quyidagilarga ega bo‘lsagina yuridik shaxs bo‘lishi mumkin:

- xo‘jalik yurituvidagi yoki operativ boshqaruvidagi yoki mulkiy ko‘rinishdagi mulkka ega bo‘lsa va bu mulk orqali o‘z burchlariga javob bera olsa;

- o‘z nomidan mulkiy va shaxsan mulki bo‘lmagan huquqlarga ega bo‘lish hamda ularni amalga oshira olish;

- mas’uliyatni o‘z zimmasiga ola bilishlik, sudda da’vogar va javobgar bo‘la olish;

- mustaqil balans va hisob raqamiga ega bo‘lish.

Xorijiy investitsiyalar ishtirokida yuridik shaxs sifatida korxonalar tashkil etish uchun zarur hujjatlar tarkibi quyidagilardan iborat:

- yuridik shaxsning ro‘yxatga olingan joyidan xorijiy muassis to‘g‘risida savdo reyestridan ko‘chirmada yoki ushbu yuridik shaxsning faoliyatini tasdiqlovchi o‘rnatilgan tartibda qonunlashtirilgan boshqa hujjat;

- xorijiy muassisning korxonaga ustav fondiga ulushi intellektual mulk bo‘lsa, u holda ariza beruvchi qonun hujjatlarida belgilangan tartibda baholovchi tashkilot tomonidan tayyorlangan baholash to‘g‘risidagi hisobotni taqdim etadi;

- qayta tashkil etilayotgan yuridik shaxsni ro‘yxatdan o‘tkazish to‘g‘risidagi guvohnomaning asl nusxasi, muhri va shtampi (yuridik shaxsni qo‘shib yuborish, bo‘lish va o‘zgartirish yo‘li bilan

tashkil etilayotgan tadbirkorlik subyektini ro'yxatdan o'tkazishda taqdim etiladi).

4.4.2-jadvalga asosan tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazadigan inspeksiya tomonidan hujjatlar tushgan kundan boshlab uch kun davomida davlat ro'yxatidan o'tganligi yoki o'tmaganligi haqida (sabablarini ko'rsatgan holda) qaror qabul qilinadi.

4.4.2-jadval

Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatga olish tartiblari

T/r	Tartib-qoidalar	Tuman (shahar) hokimligi huzuridagi tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatga olish inspeksiyasi tomonidan xabardor qilish tartibi
1.	Hujjatlar tushgan kundan boshlab, uch kun davomida davlat ro'yxatidan o'tganligi yoki o'tmaganligi (sabablarini ko'rsatgan holda) qaror qabul qilish.	Ikki ish kuni ichida: – statistik kodlar biriktiradi; – tadbirkorlik subyektining joylashgan tumani soliq inspeksiyasiga xabar qiladi; – muhr va shtapm tayyorlash uchun ruxsatnomani rasmiylashtiradi; – davlat ro'yxatidan o'tganligi haqidagi guvohnoma va boshqa hujjatlarni beradi. Tadbirkor tomonidan taqdim etilgan hujjatlarda kamchilik yoki noaniqlik aniqlansa, unga 3 ish soati davomida rad javobini beradi.
2.	Tadbirkorlik subyektini ro'yxatga olingandan so'ng bir kun davomida joylashgan joyi bo'yicha davlat reyestri to'g'risidagi ma'lumot soliq inspeksiyasi va ichki ishlar organlariga yuboriladi.	

Yuridik shaxs tuzilgan daqiqadan boshlab, uning huquqiy salohiyati paydo bo'ladi (litsenziya olish zarur hisoblangan sohalarida huquqiy salohiyat tegishli litsenziya olingan daqiqadan boshlab yuzaga keladi). Ro'yxatdan o'tkazilmagan huquqiy shaxslar faoliyati taqiqlanadi. «Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatiga olish va hisobga qo'yishning xabardor qilish tartibini joriy etish to'g'risidagi Nizom»ga mos ravishda subyektini ro'yxatdan o'tkazishda taqdim etilgan hujjatlarning ekspertizasi o'tkazilmaydi. Taqdim etilgan

hujjatlarning ishonarliligi, haqiqiyliги va O‘zbekiston Respublikasi qonunlariga muvofiqligiga ta‘sischilarning o‘zlari javobgardirlar.

Shuni e‘tiborga olish joizki, qonunchiligimizga («Buxgalteriya hisobi to‘g‘risida»gi Qonuniga) muvofiq korxonada buxgalteriya xizmatini tuzish shart emas.

Buxgalteriya hisobini yuritish uchun maxsus buxgalteriya firmalari yoki mutaxassislarni shartnoma asosida jalb etish mumkin. Shuningdek, buxgalteriya hisobini korxonada rahbari olib borishi ham mumkin. Biroq banklar bunday tartibni qo‘llab-quvvatlamaydilar va bunga to‘sqinlik qiladilar. Shuning uchun, odatda, korxonada rahbari va bosh hisobchi lavozimlariga turli jismoniy shaxslar tayinlanadi, bu ularning har birining o‘z funksiyalarini samarali bajarishlariga imkoniyat yaratadi.

Tadbirkorlikning ayrim faoliyat turlarini yuritish uchun kerakli litsenziya va ruxsatnomalarni olish

O‘zbekistonda ayrim faoliyat turlarini amalga oshirish uchun tegishli litsenziya va ruxsatnomalarni olish talab etiladi. Ayrim faoliyat turlariga ma‘lum bir cheklash va talablar qo‘yish orqali davlat o‘zi va o‘z fuqarolarini, sog‘liqni saqlash, ta‘lim, transportning ko‘plab turlarida yo‘lovchi tashish, spirtli ichimliklar ishlab chiqarish va bir qator boshqa sohalarda himoya qilishga harakat qiladi. O‘zbekistonda 70 dan ortiq faoliyat turlari va ularning tashkil qiluvchilari majburiy litsenziyalanishi kerak. Majburiy litsenziyalanishi kerak bo‘lgan faoliyat turlari sir hisoblanmaydi. Ular bilan ro‘yxatdan o‘tkazish inspeksiyalarida, savdo-sanoat palatasining vakolatxonalarida, «Huquq» va «Me‘yor» informatsion-izlash tizimlarida tanishish mumkin. Shuning uchun o‘z faoliyatini endi boshlagan tadbirkorlar uchun qiziqish uyg‘otishi mumkin bo‘lgan, litsenziya olinishi talab etiladigan asosiy faoliyat turlarini keltiramiz. Bunday faoliyat turlariga quyidagilar kiradi:

- veterinariya faoliyati;
- tibbiy faoliyat;
- dorishunoslik faoliyati;
- sanoat alpinizmi metodi bilan yuqori balandliklarda ta‘mir-lash, qurilish-montaj ishlarini olib borish;
- shahar, shahar atrofi, shaharlararo, xalqaro avtomobil transportida yo‘lovchi va yuk tashish;
- ma‘lumot uzatish tarmoqlarini loyihalash, qurish, ulardan foydalanish va ularga xizmat ko‘rsatish;

- telekoʻrsatuv va radioeshittirishlarni (translatiya) tarqatish tarmoqlarini loyihalash, qurish, ulardan foydalanish hamda ularga xizmat koʻrsatish;

- neft, gaz va gaz kondensatlari qazib olish, qayta ishlash va realizatsiya qilish;

- qimmatbaho va nodir metallar, qimmatbaho toshlarni qazib olish;

- neft mahsulotlarini realizatsiya qilish (avtobenzin, aviabenzin, ekstrabenzin, dizel yoqilgʻisi, aviakerosin, mazut, pechkaga qish yoqilgʻilari, neftbitum, texnik moylar va moylash materiallari), zavodda qadoqlanganlar bundan mustasno;

- etil spirti va alkogol mahsulotlarini ishlab chiqarish;

- qimmatbaho metall va toshlardan zargarlik buyumlarini tayyorlash;

- banklar, huquqiy va jismoniy shaxslar bilan chet el valutasida operatsiyalar oʻtkazish;

- qimmatbaho qogʻozlar bozoridagi professional faoliyat (qimmatli qogʻozlar bozorida investitsiya institutlarining faoliyati);

- baholash faoliyati;

- riyeltorlik faoliyati;

- sugʻurta qiluvchi va sugʻurta brokerlarining sugʻurta faoliyati;

- audit faoliyati;

- lombard faoliyati;

- mikro kredit tashkilotlari va kredit uyushmalarining faoliyati;

- oʻyin tavakkalchiligiga asoslangan lotereya, totalizator va boshqalarni tashkil etish;

- advokatlik faoliyati;

- notarial faoliyat;

- bojsiz savdo doʻkonlarini taʼsis etish;

- oʻlchash vositalarini tayyorlash, realizatsiya qilish va ijaraga berish;

- qimmatbaho toshlar, qimmatbaho va rangli metallar tarkibida boʻlgan ikkilamchi resurslar (zaxiralar)ni zagotovka qilish va qayta ishlash;

- energetik tekshirishlar va ekspertizalar oʻtkazish;

- noshirlik faoliyati;

- nodavlat taʼlim muassasalarining faoliyati;

- diniy taʼlim muassasalarining faoliyati;

- badiiy, hujjatli-xronikal, ilmiy-ommabop, multiplikatsion kino-, videofilm va dasturlar ishlab chiqarish;

- kino-, videofilm va dasturlarni ko‘paytirish, dublaj qilish va realizatsiya qilish;
- kino-, video mahsulotlarning ijarasi;
- ulgurji savdo;
- O‘zbekiston Respublikasida va chet elda gastrol-konsert faoliyatini amalga oshirish;
- to‘y, yubiley va boshqa tantanalarga konsert xizmati ko‘rsatilishi;
- grammplastinka, audiokasseta va lazer disklarni ishlab chiqish, yozish, ko‘paytirish va realizatsiya qilish;
- birja faoliyati;
- turistik faoliyat.

Tadbirkorlik subyektlari chakana savdoni amalga oshirish uchun tegishli ruxsatnoma olishlari kerak. Bu haqdagi ma’lumotlar 4.4.3-jadvalda keltirilgan.

4.4.3-jadval

Tadbirkorlik subyektlari chakana savdoni amalga oshirish uchun tegishli ruxsatnoma olish tartibi

Subyekt toifasi	Faoliyat turi	Talab va shartlar	Ruxsatnomani berish muddati
Huquqiy shaxs	Spirтли ichimliklar, qimmatbaho metall va toshlar chakana savdosi	Shaxsiy yoki boshqa huquqiy shaxslardan ijaraga olingan, realizatsiya qilinayotgan tovarlar assortimenti inobatga olingan savdo jihozlari bilan jihozlangan, chakana savdo obyektlari	2 yildan ko‘p bo‘lmagan
Yakka tadbirkorlar	Chakana savdo	Shaxsiy yoki boshqa shaxslardan ijaraga olingan chakana savdo uchun tovarlarni qadoqlash, saralash va saqlashni ta‘minlovchi savdo jihozlari bilan jihozlangan chakana savdo obyektlari	1 yildan ko‘p bo‘lmagan
Yakka tadbirkorlar	Buyum bozorida chakana savdo	Faqat quyidagilar chakana savdosi: – yakka tadbirkorning o‘zi keltirgan import tovarlar; – o‘zi tayyorlagan tovarlar; – shu tovarlarni ishlab chiqaruvchi tadbirkorlardan sotib olingan tovarlar	3 oydan ortiq bo‘lmagan

Litsenziya berish masalasini ko'rib chiqish

Litsenziyalanayotgan faoliyat turi bilan shug'ullanish huquqi subyektgga, ushbu faoliyat turining belgilangan normativ-huquqiy talablariga mos kelsa beriladi. Litsenziya olish uchun taqdim etiladigan hujjatlarning hajmi va mazmuni litsenziyalovchi organ tomonidan aniqlanadi. Litsenziya olmoqchi bo'lgan shaxs to'la va qoniqarli axborot hamda rasmiylashtirish va litsenziya, ruxsatnoma olish uchun kerakli hujjatlarni taqdim etish bo'yicha maslahatlar olishi mumkin.

Namunaviy (oddiy) litsenziyani berish yoki uni berishni rad etish haqidagi qarorni litsenziya beruvchi organ, ariza va barcha zaruriy hujjatlar topshirilganidan keyin 30 kun ichidagi muddatda qabul qiladi. Shuni ham eslatib o'tish lozimki, amalga oshirilishi uchun litsenziya olingan faoliyat turi, faqat litsenziya olgan jismoniy yoki yuridik shaxs tomonidagina amalga oshirilishi mumkin. Litsenziyaning boshqa shaxs va tashkilotlarga berilishi va undan foydalanishi qat'iy qat'iy taqiqlanadi.

Litsenziya olish uchun ariza topshirilganda to'lov to'lanadi. Litsenziya olishni xohlovchining arizasini ko'rish uchun olinadigan to'lov miqdori, har bir litsenziyalanayotgan faoliyat turi uchun O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilanadi va qonunda belgilangan minimal ish haqining 5 barobaridan ortmasligi kerak.

Litsenziyaning amal qilish muddati, odatda, cheklanmaydi. Litsenziya ariza beruvchining arizasida ko'rsatilgan muddatga beriladi. Qonun bilan litsenziyaning amal qilish muddati cheklanishi mumkin, biroq u kamida 5 yilga berilishi kerak. Litsenziya 5 yildan kam muddatga ariza beruvchining arizasiga binoan berilishi mumkin.

Litsenziya berish masalasini ko'rib chiqish shunga vakolatli organlar tomonidan amalga oshiriladi. Bundan organlarning ro'yxatini respublikadagi, amaldagi ixtiyoriy axborot tizimidan topish mumkin. Bunga «Huquq» va «Me'yor» tizimlari misol bo'la oladi. Huquqiy shaxs shakllantirmay, tadbirkorlik faoliyatini olib boradigan jismoniy shaxslar (yakka tadbirkorlar) uchun qonunda ko'zda tutilgan, ayrim litsenziyalanadigan faoliyat turlarini amalga oshirishlariga cheklanishlar belgilangan.

Korxonalarni davlat ro'yxatidan o'tkazish haqida qo'shimcha ma'lumotlar (savollar va javoblar ko'rinishida)

1. Qanday tashkilot va muassasalar davlat ro'yxatidan o'tkaziladi? Soliq va statistik organlarga bir vaqtning o'zida hisobga qo'yish bilan davlat ro'yxatidan o'tkazish:

- O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi tomonidan — audit va sug'urta tashkilotlari, birjalar hamda chet el investitsiyalari bilan ishlaydigan korxonalar, Toshkent shahrida tashkil qilingan bozorlar;

- Qoraqalpog'iston Respublikasi Adliya vazirligi va viloyatlar adliya boshqarmalari tomonidan — chet el investitsiyalari bilan ishlaydigan korxonalar, Qoraqalpog'iston Respublikasi va viloyatlarda tashkil etilgan bozorlar;

- shahar va tuman hokimligi qoshidagi tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyalari tomonidan (yashash joyi yoki ijaraga olingan ofis joylashishiga bog'liq ravishda) — chet el investitsiyalarini qo'shib hisoblaganda, barcha tadbirkorlik subyektlari.

2. «Yagona darcha» tamoyili bo'yicha ro'yxatdan o'tkazish va davlat xizmatlarini ko'rsatish deganda nima nazarda tutiladi?

Ushbu tamoyil bo'yicha ro'yxatdan o'tkazish va davlat xizmatlarini amalga oshirish shuni bildiradiki, ro'yxatdan o'tkazmoqchi bo'lgan arizachi ro'yxatdan o'tkazish organiga murojaat qilsa bas. Bu organ nafaqat biznesni ro'yxatdan o'tkazadi, balki quyidagi ishlarning barchasini amalga oshiradi (avvallari bu ishning barchasini tadbirkorlarning o'zlari bajarishgan):

- soliq va statistik organlarga hisobga qo'yish;

- vakolatli organlar va ekspluatatsion tashkilotlarda, shu jumladan, obyektlarning qurilish va rekonstruksiyasi uchun kerakli bo'lgan muhandislik kommunikatsiyalariga ulanish (gaz, elektr, suv, issiqlik ta'minotlari, kanalizatsiya, telefon aloqasi) texnik shartlarining ruxsat berish tavsifidagi hujjatlarini rasmiylashtirish, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun turar joy binolarini noturar joy binolari toifasiga o'z muddatida rasmiylashtirish kabi jami 16 turdagi davlat xizmati.

Yuridik shaxsni shakllantirmay, yakka tadbirkor sifatida, tadbirkorlik faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni mamlakatimizga olib kirishni mo'ljallangan jismoniy shaxslarni davlat ro'yxatidan o'tkazishning tartibi va muddatlari O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining maxsus Nizomi bilan boshqariladi. Davlat qaydi haqidagi berilayotgan guvohnomada quyidagilar beriladi:

- berilgan statistik kodlar (XXSUK — xalq xo‘jaligi sohasining umumrespublika klassifikatori, KTUK — korxonalar va tashkilotlarning umumrespublika klassifikatori);

- soliq to‘lovchining identifikatsion tartib raqami (STIR). Yuridik shaxsning o‘zi korxonalar va tashkilotlarning yagona davlat rasmiylashtirishi (KTYDR)ga kiritiladi.

3. Ro‘yxatdan o‘tkazish organiga qanday hujjatlar taqdim etiladi? Korxonalar davlat ro‘yxatidan o‘tkazish haqidagi arizadan tashqari, ro‘yxatdan o‘tkazish organiga (shaxsan kelib yoki pochta orqali) quyidagi hujjatlarni taqdim etadi:

Xususiy korxonalar:

- notarius tomonidan tasdiqlangan ikki nusxa korxonalar Nizomi;
- tadbirkorlik faoliyati subyektining pochta manzilini tasdiqlovchi hujjat;

- davlat boji to‘langanligi haqida bank to‘lov hujjati;

- shahar (tuman) hokimligi vakolatli organi tomonidan berilgan firma nomi haqidagi guvohnoma;

- muhr va shtamp eskizi — uch nusxa.

MCHJ va QMJ:

- notarius tomonidan tasdiqlangan Nizom va ta‘sis shartnomasining asl nusxalari (agar jamiyat bitta shaxs tomonidan ta‘sis etilgan bo‘lsa, ikki nusxa notarius tomonidan tasdiqlangan Nizomdan bo‘lsa kifoya) ikki nusxadan taqdim etiladi;

- tadbirkorlik faoliyati subyektining pochta manzilini tasdiqlovchi hujjat;

- davlat boji to‘langanligi haqida bank to‘lov hujjati;

- shahar (tuman) hokimligi vakolatli organi tomonidan berilgan firma nomi haqidagi guvohnoma;

- ta‘sis hujjatlarida ko‘rsatilgan, har bir ta‘sischining Nizom fondiga, o‘z hissasining kamida 30 % ini kiritganligi haqida tasdiqlovchi bank ma‘lumotnomasi. Agar jamiyatning Nizom fondi mulkiy ulush (qo‘zg‘almas mulk, jihoz va h.k.) yoki intellektual mulk hisobiga shakllantirilsa, bank ma‘lumotnomasi talab etilmaydi, chunki ta‘sischilar maqsadining tasdig‘i Nizom fondining shakllanishi hisoblanadi;

- muhr va shtamp eskizi — uch nusxa.

Dehqon xo‘jaliklari (huquqiy shaxs):

- qishloq xo‘jaligi kooperativi (shirkati) umumiy yig‘ilishi yoki yuqori boshqaruv organi, yoki boshqa ish beruvchi qishloq xo‘jaligi korxonasining xo‘jalik tuzish haqidagi qarori;

- tuman hokimining yer maydoni ajratilganligi haqidagi qarori;

- notarial tasdiqlangan Nizomning ikki nusxasi;
- shahar (tuman) hokimligi vakolatli organi tomonidan berilgan firma nomi haqidagi guvohnoma;
- muhr va shtamp eskizi — uch nusxa.

Huquqiy shaxs shakllantirilmagan dehqon xo'jaliklari:

- qishloq xo'jaligi kooperativi (shirkati) umumiy yig'ilishi yoki yuqori boshqaruv organi yoki boshqa ish beruvchi qishloq xo'jaligi korxonasi haqidagi qarori;
- pasport ko'rsatiladi.

Fermer xo'jaligi:

- tuman hokimligi yer maydoni ajratilganligi haqidagi qarori;
- yer uchastkasi berish haqida, hokimliklar tomonidan tashkil qilingan tanlov komissiyasining bayonnomasidan nusxa, tovar qishloq ishlab chiqarish tashkiloti biznes-rejasidan nusxa;

- notarial tasdiqlangan Nizomning ikki nusxasi;
- tadbirkorlik faoliyati subyektining pochta manzilini tasdiqlovchi hujjat;
- davlat boji to'langanligi haqida bank to'lov hujjati;
- shahar (tuman) hokimligi vakolatli organi tomonidan berilgan firma nomi haqidagi guvohnoma;
- muhr va shtamp eskizi — uch nusxa.

4. Chet el investitsiyalari bilan ishlaydigan korxonalar nima va ularni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun qanday qo'shimcha hujjatlar taqdim etiladi? Chet el investitsiyalari bilan ishlaydigan korxonalar (qo'shma korxonalar), ta'sisчилardan kamida bittasi, Nizom fondiga qo'shgan hissasi uning 30 % dan kam bo'lmagan, chet el huquqiy shaxsi bo'lgan (Nizom fondining miqdori kamida 150 000 AQSH dollariga ekvivalent miqdorga teng bo'lishi kerak) korxonalar kiradi. Chet el investitsiyalari bilan ishlaydigan korxonalar quyidagilar kiradi:

- chet el investitsiyalari Nizom fondining 100 % ini tashkil qilgan chet el korxonalari;
- respublika hududidan tashqarida faoliyat ko'rsatuvchi korxonalarining filiallari;
- O'zbekistonda chet el investitsiyalari bilan ishlaydigan korxonalarining filiallari.

Chet el investitsiyalari bilan ishlaydigan korxonalarni ro'yxatdan o'tkazishdan qo'shimcha ravishda quyidagilarni taqdim etish kerak:

- huquqiy shaxs ro'yxatdan o'tgan joy bo'yicha savdo reyestridan, chet ellik ta'sischi haqida ko'chirma;

- bankdan tavsiya xati (O‘zbekiston Respublikasi rezidenti bo‘lmagan — jismoniy shaxslar bankdan tavsiya xati va pasportlaridan nusxa taqdim etadilar), u O‘zbekiston Respublikasi Konsullik muassasasi tomonidan legallashtiriladi, agar bunday holat bo‘lmasa, ta‘sischini ro‘yxatdan o‘tkazish davlati Tashqi ishlar vazirligida, O‘zbekiston Respublikasi xalqaro shartnomasida boshqa narsa ko‘zda tutilmagan bo‘lsa, keyinchalik O‘zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligi Konsullik boshqarmasida tasdiqlash bilan ushbu davlatning O‘zbekiston Respublikasidagi diplomatik vakolatxonasida yoki konsullik muassasasida amalga oshiriladi. Chet el ta‘sischisining korxonaga Nizom fondiga hissasi intellektual mulk bo‘lsa, arizachi qonuniy tartibdagi belgilangan tartibda baholovchi tomonidan tuzilgan, baholash haqida hisobotni taqdim etish kerak;

- O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining O‘zbekiston Respublikasi hududida chet el investitsiyasi bilan ishlaydigan, agar uning Nizom fondi 20 million va undan ko‘p AQSH dollarini tashkil qilgan holda korxonani tuzish haqidagi qaroridan nusxa;

- ta‘sischilar har birining korxonaga Nizom fondidagi ulushining 30 % ini sarmoyaga kiritganligini tasdiqlovchi hujjatlar (pul mablag‘larini so‘m va valutadagi vaqtinchalik to‘plash hisob raqamlariga tushirilganligi haqidagi bank ma‘lumotnomasi, O‘zbekiston Respublikasi hududidagi mulk kiritishni tasdiqlovchi bojxonaga hujjati, mulkni qabul qilish-topshirish akti va h.k.);

- bundan tashqari, tuzilayotgan qo‘shma korxonaning Nizom fondi 20 million va undan ko‘p AQSH dollarini tashkil qilsa, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining O‘zbekiston hududida uni tuzish haqidagi qarori nusxasi ham taqdim etiladi.

5. Nizom fondiga dastlabki to‘lov sifatida intellektual mulk kirgan holda qanday ishlar amalga oshiriladi?

Bu holda siz ro‘yxatdan o‘tkazish organiga, mustaqil baholash kompaniyasi tomonidan o‘tkazilgan baho haqida davlat tomonidan vakolatlangan organ xulosasini taqdim etishingiz kerak (avvallari bu funksiyani O‘zbekiston Respublikasining Fan va texnika bo‘yicha davlat qo‘mitasi bajargan).

6. Davlat ro‘yxatidan o‘tkazish uchun kerakli hujjatlarni tayyorlashda kim yordam berishi mumkin?

Agar siz biror sababga ko‘ra, kerakli hujjatlar bilan mustaqil shug‘ullana olmasangiz, bu holda sizga (shartnoma asosida) Tadbirkorlar va tovar ishlab chiqaruvchilar Palatasi qoshidagi

informatsion-konsultativ markazlar yoki boshqa konsalting firmalari va muassasalari yordam berishi mumkin.

7. Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish qarorini qabul qilish va amalga oshirishning muddati qancha? Davlat ro'yxatidan o'tkazish qarori yoki rad etish ro'yxatdan o'tkazish organi tomonidan ro'yxatdan o'tkazish haqidagi ariza, kerakli hujjatlar ilova qilingan holda olingan kundan boshlab qabul qilinadi:

- yakka tadbirkorlik va huquqiy shaxs shakllantirilmagan dehqon xo'jaligi bo'yicha — 2 ish kunigacha;

- huquqiy shaxs sifatidagi barcha tadbirkorlik subyektlari bo'yicha — 3 ish kunigacha.

Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazishning umumiy muddati ariza berilganidan to ruxsat berish hujjatlari rasmiylashtirilguncha, texnik shart va boshqa ruxsat berish hujjatlarining berilishi bo'yicha ishlarning murakkablik darajasi va qiyinligiga qarab 7 ish kundan bir oygacha qilib belgilanadi.

8. Davlat ro'yxatidan o'tkazilgach, ro'yxatdan o'tkazish organida arizachiga nima beriladi?

- tadbirkorlik subyektlari — huquqiy shaxslar ro'yxatdan o'tkazish organlarida «Huquqiy shaxsni davlat ro'yxatidan o'tkazish haqidagi guvohnoma», «Ro'yxatdan o'tdi» deb belgi qo'yilgan, ro'yxatdan o'tkazish organlarining muhri bosilgan ta'sis hujjatlari va ichki ishlar organlarining muhr va shtamp tayyorlashga ruxsatnomasi, ularning eskizlarini oladilar;

- yakka tadbirkor va yuridik shaxs shakllantirmaydigan dehqon xo'jaligiga — yakka tadbirkor (huquqiy shaxs shakllantirmaydigan dehqon xo'jaligini) davlat ro'yxatidan o'tkazish haqidagi guvohnoma hamda muhr va shtamp tayyorlashga ruxsatnoma va ularning eskizi beriladi;

- tadbirkorlik subyektiga (arizasiga binoan) — Inspeksiya boshlig'i tomonidan imzolangan, ruxsat berish hujjatlarini rasmiylashtirish haqidagi guvohnoma beriladi.

Barcha kerakli hujjatlar tadbirkorlik subyektiga bir vaqtning o'zida beriladi. Ruxsat berish hujjatlarini rasmiylashtirish haqidagi guvohnomaga mos hujjatlar ilova qilinadi:

- ekspluatatsiya qiluvchi tashkilotlar tomonidan berilgan, muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga ulanishga texnik shartlar;

- me'moriy-rejalash topshirig'i;

- qayta moslashtirishga yoki rekonstruksiya ruxsatnoma hamda qo'zg'almas mulk kadastr xizmati tomonidan berilgan ro'yxatdan o'tkazish haqidagi guvohnoma;

- tuman (shahar) hokimligining turar joy binosini noturar joy toifasiga o'tkazish haqidagi qarori;

- yer uchastkasiga egalik huquqini ro'yxatdan o'tkazish haqidagi guvohnoma.

9. Ro'yxatdan o'tkazish uchun olinadigan davlat bojlarining miqdori qanday?

Davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun olinadigan to'lov miqdori ro'yxatdan o'tkazilayotgan korxonaning huquqiy shakliga bog'liq ravishda quyidagi miqyosda olinadi:

- chet el investitsiyalari bilan ishlaydigan korxonalar uchun — besh minimal ish haqi hamda 500 AQSH dollari;

- nizom fondi to'la chet el investorlari tomonidan shakllantirilgan korxonalar uchun — 2000 AQSH dollari;

- sug'urta va audit kompaniyalari, birja, bozorlar uchun — 4 minimal ish haqi;

- hokimliklarda ro'yxatdan o'tkazish uchun ro'yxatdan o'tkazish to'lov miqdori har yili O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasini qarori bilan belgilanadi (hozirgi vaqtda bu summa huquqiy va jismoniy shaxslar uchun 1 minimal ish haqini tashkil etadi).

Shunga e'tiboringizni qaratingki, chet el valutasida ko'rsatilgan bojlar O'zbekiston Respublikasi hududida to'lanadigan bo'lsa, shu kungi Markaziy bank kursi bo'yicha milliy valutada amalga oshiriladi, agar to'lov xorijdan amalga oshiriladigan bo'lsa, naqd valutada to'lanadi.

To'lov ro'yxatdan o'tkazish arizasi berilgunga qadar amalga oshiriladi.

10. Kim ro'yxatdan o'tkazish to'lovidan ozod qilinadi?

Ro'yxatdan o'tkazish to'lovidan davlat mulki bazasida tuzilgan aksiyadorlik jamiyati hamda dehqon xo'jaligi ozod qilinadi.

11. Ta'sis hujjatlariga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritilganda nima qilish kerak?

Tadbirkorlik subyektlari — huquqiy shaxslar ta'sis hujjatlariga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritilganda, tegishli qaror rasmiylashtirilgandan so'ng, bir haftalik muddat ichida ularni ro'yxatdan o'tkazgan organga, quyidagi hujjatlarni taqdim etish kerak:

- ariza;

- tadbirkorlik subyektlarini boshqarish vakolatli organlarning ta'sis hujjatlariga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish haqidagi qarori;

- tadbirkorlik subyekti muhri bilan tasdiqlangan ikki nusxadagi o'zgartirish va qo'shimchalar matni;

- agar nomida o'zgartirishlar bo'lsa — ro'yxatdan o'tkazish haqidagi guvohnomaning asl nusxasi; yangilanadigan muhr va shtampning eskizlari, uch nusxada; almashtiriladigan muhr va shtamp;
- belgilangan miqdordagi boj yoki ro'yxatdan o'tkazish to'lovi to'langanligi haqida bank to'lov hujjati;
- Nizom fondi miqdori ortganda — joriy Nizom fondini shakllantirish haqidagi soliq organlari tomonidan berilgan hujjat;
- Nizom fondi miqdori kamayganda — barcha ma'lum kreditorlarga Nizom fondining kamayganligi, uning yangi miqdori haqidagi yozma xabar tasdig'i va ommaviy matbuot vositalarida chop etish to'g'risida qabul qilingan qaror haqida xabar berish;
- tadbirkorlik subyekti ajralib chiqish va qo'shilib ketish shaklida yangidan tashkil etilgan hollarda — qayta tashkil qilina-yotgan huquqiy shaxslarning barcha qarzdor va kreditorlarga nisbatan hamma burchlari (bu yerga tomonlar o'rtasidagi tortishuvga sabab majburiyatlar ham kiradi) va majburiyatlari bo'yicha merosxo'rlik haqida nizomni o'zida mujassam qilgan, mos ravishdagi ajratish va topshirish aktlari.

Ma'lumot uchun: ta'sis hujjatlariga Nizom fondi kamayishi munosabati bilan o'zgartirish va qo'shimchalar kiritilgan hollarda ko'rsatilgan hujjatlar, barcha kreditorlarga Nizom fondining kamayganligi va uning yangi miqdori haqidagi yozma xabar berilgandan va ommaviy matbuot vositalarida chop etilganidan keyin, bir hafta muddat ichida ro'yxatdan o'tkazish organlariga taqdim etiladi. Kiritilgan o'zgartirish va qo'shimchalarni davlat ro'yxatidan o'tkazish, tegishli organlarda tadbirkorlik subyektlarini hisobga qo'yish bilan bog'liq hujjatlarga o'zgartirish va qo'shimchalarni kiritish, yangi ko'rinishdagi muhr va shtamlarni tayyorlashga ruxsatnoma rasmiylashtirish, hozirgi Nizom bilan belgilangan, davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi va hisobga qo'yishga muvofiq amalga oshiriladi. Ta'sis hujjatlariga kiritilgan o'zgartirish va qo'shimchalarni ro'yxatdan o'tkazish uchun belgilangan boj miqdorining 50 % miqdorida to'lov undiriladi. Agar kiritilgan o'zgartirishlar faqat tadbirkor subyekting pochta manziliga tegishli bo'lsa, davlat boji olinmaydi.

Tadbirkorlik subyektlari o'z pochta manzillariga o'zgartirish kiritganlarida o'n kunlik muddat ichida ro'yxatdan o'tkazish, soliq va statistik organlarga yozma xabar berish kerak. Korxonalar va tashkilotlarning yagona davlat ro'yxatiga, tadbirkorlik subyekti faoliyat turining va unda o'rtacha yillik bandlar soni o'zgarish

munosabati bilan, o'zgartirishlar kiritilgan hollarda statistika organlari bu haqda ro'yxatdan o'tkazish, soliq va tadbirkorlik subyektlariga xabar beradilar. Yakka tadbirkor davlat ro'yxatidan o'tkazish guvohnomasida ko'rsatilgan, yashash joyi va faoliyati turi o'zgargan hollarda yozma holda ro'yxatdan o'tkazish va soliq organlariga xabar berishi kerak. Ko'rsatilgan o'zgarishlarni olgach, ro'yxatdan o'tkazish va soliq organlari uch kunlik muddat ichida yozma ravishda, yakka tadbirkorga ro'yxatdan o'tkazish va hisobga qo'yish hujjatlariga ular tomonidan kiritilgan o'zgartirishlar haqida xabar berishlari kerak.

TAYANCH SO'Z VA IBORALAR

Mos keluvchi bozor; korxonalar joylashishi yeri; salohiyatli tadbirkor; xaridor tavsifi; korxonalar joylashuv yerini tanlashga ta'sir etuvchi asosiy omillar: iqtisodiyotning holati; demografik holat; raqobat; chakana savdo korxonasi; ulgurji savdo korxonasi; servis firmalari; ishlab chiqarish korxonalari; texnik-iqtisodiy asoslash; biznes-reja; mo'ljallanayotgan bozor tahlili; marketing strategiyasi; boshqaruv tuzilmasi; ishlab chiqarishni tasvirlash; tezkor reja; kerakli kapital; moliyaviy reja; biznesni davlat ro'yxatidan o'tkazish; «Yagona darcha» tamoyili; bank tanlash va bank hisob raqamini ochish; faoliyatning alohida turlari uchun zaruriy litsenziya va ruxsatnomalarni olish.



NAZORAT SAVOLLARI

1. Mos keluvchi bozorni qanday aniqlash mumkin?
2. Korxonaning joylashish yerini tanlashda nimalarga e'tibor qaratish lozim?
3. Texnik-iqtisodiy asosnoma nima?
4. Texnik-iqtisodiy asosnomani tuzishga kirishish uchun, qanday savollarga javob berish kerak?
5. Biznes-reja, odatda, qanday bo'limlardan tashkil topadi?
6. O'z ishini ochish qanday bosqichlardan tashkil topadi? Har bir bosqichni tavsiflab bering.
7. O'z biznesingizni tashkil etish bo'yicha zaruriy amaliy qadamlarni sanab bering.
8. Korxonalar ro'yxatdan o'tkazilgandan keyin qanday ishlarni amalga oshirish kerak?
9. Qaysi vaqtdan boshlab, korxonalar xo'jalik faoliyatini boshlashi mumkin?
10. Kim va qanday tartibda tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazadi?
11. Davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun qanday hujjatlar taqdim etiladi?
12. Bankda hisob raqami qanday ochiladi?
13. Qanday faoliyat turlarini yuritish uchun litsenziya va ruxsatnoma olish kerak?
14. Kim va qanday tartibda litsenziya berish masalalarini ko'rib chiqadi?

5-bob. **BIZNESNI BOSHQARISH VA MOLİYALASHTIRISH**

5.1. Kadrlar va ishlab chiqarish jarayonini boshqarish

Korxonada faoliyatida insonning roli. Zamonaviy korxonalar faoliyatida mehnat qurollari va mehnat predmetlaridan tashqari, kadrlar ham katta ahamiyatga ega. Aynan kadrlar ishlab chiqarishni boshqarib, joriy va istiqboldagi rejalashtirishni amalga oshiradilar hamda ishlab chiqarish vositalarini foydalanishga kiritadilar. Kadrlarning kasbiy malakasi qanchalik yuqori bo'lsa, korxonalarining iqtisodiy va ishlab chiqarish ko'rsatkichlari shunchalik yaxshi bo'ladi.

Ishga qabul qilish va xodimlarga rahbarlik qilish. Umuman, kadrlar deganda, turli sohadagi mutaxassislar, shuningdek, bajarayotgan ishi maxsus kasb tayyorgarligini talab qiladigan malakali ishchilar tushuniladi. Malakali ishchilar — bu, odatda, o'rta maxsus o'quv yurtlarini, maxsus kasb-hunar kollejlari bitirgan, ish tajribasiga ega bo'lgan kishilardir. Boshqaruv kadrlari deganda, kasb faoliyati to'la ishlab chiqarish boshqaruvi vazifasini bajarish bilan bog'liq bo'lgan xizmatchilar tushuniladi.

Kichik biznesning bozor iqtisodiyotidagi roli kadrlar siyosatiga o'z ta'sirini ko'rsatadi. Kichik biznesning har bir a'zosi, avvalo, tadbirkor bo'lishi eng asosiy omil sifatida qabul qilingan, chunki vaziyatning tezkorlik bilan o'zgarishi barcha xodimlar tomonidan sezgirlik, izlanuvchanlik, tashabbuskorlik va tavakkalchilikni talab qiladi.

Ushbu talab kichik biznesda kadrlarni boshqarish eng muhim muammo, deb hisoblanadi. Aksincha, kichik biznesni boshqarish tizimida kadrlarning o'rni va ahamiyati iqtisodiyotni rivojlantirish muammosining yechimiga qo'shilgan hissa sifatida qaralishi mumkin.

*Kichik korxonada kadrlarni izlash, tanlash
va joy-joyiga qo'yish*

Xodimlarga bo'lgan ehtiyojni tahlil qilish va rejalashtirish boshqarishning muhim omilidir. Tahlil jarayonida quyidagi asosiy masalalar qarab chiqiladi:

- qancha xodim ishlashi, qanday malakadaligi, qayerda kadrlarga talab borligi;

- kadrlar jalb etish imkoniyatlari va zaxiralari;
- xodimlardan samarali foydalanish yo'llari;
- xodimlarni rivojlantirish shart-sharoitlari;
- rejalashtirilgan ishlar uchun mablag' manbalari kabilar.

Kadrlarga bo'lgan ehtiyojni rejalashtirishda uzoq muddatli istiqbol ham ko'zda tutiladi. Bunday hisob-kitoblar uch yildan ortiq vaqt uchun amalga oshiriladi. Bunda turli me'yorlardan foydalaniladi.

Odatda, yangi xodimlar muayyan sinov davri bilan ishga qabul qilinadi. Amerikada ko'pincha bu muddat 90 kun deb belgilanadi, bizda esa 2 oy atrofida. Shu davrning oxiriga xodim maqsadlarga qanday erishdi, u o'z ishidan qanchalik qoniqqanligini aniqlashga qaratilgan baholash o'tkaziladi. Shuningdek, qo'shimcha sinov muddati belgilash amaliyoti ham mavjud. Bu 3 oydan 6 oygacha cho'zilishi mumkin.

Kadrlarni tanlashdan oldin lavozimlar uchun ishlar tavsifini yozish kerak. Unda xizmat majburiyatlari, javobgarligi va xodim vakolatlarining to'liq ro'yxati bo'ladi.

Ishga qabul qilish jarayoni

Yangi xodimni ishga qabul qilish xodimning o'zi uchun qancha muhim bo'lsa, tadbirkor uchun ham shunchalik muhimdir. Bu jarayon o'zaro foydali munosabatlarning boshlanishi bo'lishi mumkin, ammo qator xatolar ham shundan boshlanishi ehtimoldan xoli emas.

Kadrlar qo'nimsizligiga ta'sir etuvchi ikki omil, xohlovchilarni izlab topish va ular orasidan keyingi tanlovni amalga oshirishdan iboratdir. Bo'sh ish o'rni mavjudligi haqida e'lon berish usullari, arizalar bilan ishlash, da'vogarlar bilan suhbatlashish, yangi xodimni tanlash va o'z ish o'rniga ko'nikishini amalga oshirish tadbirkorning kadrlar qo'nimsizligi oldini olishga qaratilgan urinishlari unsurlari sifatida namoyon bo'ladi.

1. Korxonaning potensial xodimlari manbalari:

- boshqa turdosh korxonalar xodimlari;
- «...talab etiladi» kabi e'lonlar;
- ishga joylashtirish markazlari;
- o'quv muassasalari;
- bundan oldin qo'l ostingizda ishlagan xodimlar;

- mavjud ishchilar.
2. *Tanlov jarayoni:*
- ma'lum shaklda berilgan arizani ko'rib chiqish;
 - suhbat o'tkazish;
 - har xil so'rovlar;
 - ariza beruvchining qobiliyatlarini tekshirish.

Xodimni yo'naltirish jarayoni

Odatda, yangi xodimlar birinchi ish kunidanoq, korxonaga bilan tanishib chiqishadi. Yangi xodimlar korxonaga jamoasining boshqa a'zolariga tanishtirilishi, korxonaga ishlab chiqarish faoliyati bilan yaqindan tanishtirilishi va ularning amalga oshiradigan faoliyati korxonaga umumiy faoliyatida qanday o'rin egallashi tushuntirilishi lozim. Birinchi qarashda bu jarayon uncha ahamiyatga ega emasdek tuyuladi, ammo kelajakda bu mablag' va vaqt tejash imkoniyatini berishi shubhasiz.

Yangi xodim yo'l-yo'riq va yo'nalishga ega bo'lib, darhol ishlashni boshlashi muhimligini unutmang. Ishda to'g'ri yo'nalish berish yangi xodimning kelajakda yanada samarali faoliyat olib borishiga va korxonangizga bog'lanib qolishiga imkon beradi.

1. *Yo'naltirishning to'rt asosiy qoidasi mavjud:*

- xodimni korxonaga bilan tanishishga tayyorlash;
- xodimga o'z ish joyi va mashg'ulotini ko'rsatish;
- uni ishda kuzatish orqali sinovdan o'tkazish;
- xodimni o'z ish joyida muqim qoldirish.

2. *Xodimga yo'nalish berishga tayyorlashning olti omili mavjud bo'lib, ular quyidagilardir:*

- ish bilan tanishtirish;
- ishlab turgan xodimni murabbiy sifatida biriktirish;
- oddiy «halokatli vaziyat» orqali tekshirishga tayyorlash;
- tayyorlash reja-grafigini tuzish;
- ish joyini tayyorlash;
- yangi xodimning kunlik ishni qanday bajarayotganini baholash.

Xodimlarni yollash bilan bog'liq boshqa mulohazalar

Ish haqini to'lash sxemasi. Xodimlar uchun ish haqi mehnat munosabatlarining muhim tarkibiy qismidir. Ular korxonaga uchun sarf qilinayotgan bilim va kuch-g'ayratlarining olinayotgan ish haqida o'z ifodasini topishini kutishadi. Tadbirkorlar yaxshi xodimlarni jalb qilish va o'z korxonasida ularni saqlab qolish

kabi masalalarni bajarish istagida bo‘lishsa, boshqa korxonalarda aynan shunday ish uchun qancha maosh to‘lanayotganidan xabardor bo‘lishlari lozim.

Qo‘shimcha imtiyozlar. Davolanish ta‘tili, navbatdagi ta‘til kabi shartnomaviy munosabatlardan kelib chiquvchi tadbirkorning qo‘shimcha xarajatlari xodimlar bilan bo‘ladigan munosabatlarda keng qo‘llaniladi. Tadbirkorlar puxta ishlab chiqilgan qo‘shimcha imtiyozlar tizimiga ega bo‘lishlari kerak.

Xodimlar bilan munosabatlar. Munosib ish haqi va qo‘shimcha imtiyozlarning mavjudligi xodimning butunlay qoniqishi uchun yetarli emas. Ishdan qoniqish — ular uchun bundan kengroq ma‘no kasb etadi. Tadbirkorlar mehnat faoliyati iloji boricha qulay moddiy sharoitda amalga oshirilishi uchun javobgardirlar. Ular o‘zlari va jamoa orasida doimiy ikki taraflama aloqa mavjudligiga ishonch hosil qilishlari lozim.

Ish sharoitlari. Xodimlarning sog‘lig‘i, ular uchun qulayliklar va mehnat xavfsizligi tadbirkorning astoydil g‘amxo‘rlik masalasiga aylanmog‘i lozim. Qulay ish muhiti baxtsiz hodisalarning oldini olish bilan bir qatorda, yuqori mehnat unumdorligini rag‘batlantirishga va korxonaga bo‘lgan sadoqatni tarbiyalashga o‘z hissasini qo‘shishi mumkin. Xonalar o‘z vaqtida shamollatilishi, zarur darajada isitilishi yoki salqinlatilishi, muntazam yoritilishi kerak, shuningdek, yetarli sanitar sharoitlari va mehnat xavfsizligi 100 % ta‘minlanishi lozim. Birinchi yordam vositalari qayerda joylashganini bilish va ulardan kerakli paytda foydalana olish, shifokorning telefon raqamini bilish — korxonada sog‘liqni saqlash va mehnat xavfsizligi dasturlari amalga oshirilishining shartlaridir.

Boshqarish ko‘nikmalarini takomillashtirish

Tadbirkorlar o‘z xodimlarini boshqarish jarayonida:

- o‘z fikrlarida doimo mustahkam bo‘lishlari;
- haq va rostgo‘y bo‘lishlari;
- tashabbuskorlikni uyg‘otishlari;
- savollarni rag‘batlantirishlari;
- xodimlarni mustaqil qaror qabul qilishga rag‘batlantirishlari;
- o‘z kuchlariga ishonchini oshirishlari;
- «eshikni doimo ochiq tutishlari»;
- diqqat bilan tinglashlari;
- insonlar orasida farqlar mavjudligini tan olishlari;
- boshqalarga o‘rnak bo‘lishlari;

- boshqalarga hamdard bo‘la olishlarini ko‘rsatishlari kerak;
- o‘taketgan bahschi bo‘lishlari;
- manman bo‘lishlari;
- haddan tashqari talabchan bo‘lishlari;
- tentakona qiliqlar qilishlari;
- haqiqatni yashirishlari;
- tashabbusni bo‘g‘ishlari;
- g‘oyalarni rad etishlari;
- o‘z xodimlari uchun fikr yuritishlari;
- o‘z topshiriqlarini tushuntirishda qiynalishlari;
- erkatoylariga ega bo‘lishlari;
- boshqalar oldida bo‘ysunuvchi xodimlarni koyishlari;
- kam o‘ylashlari kerak emas.

Vaqtning va mahsulot sotishni boshqarish. Vaqt zaxiraga olib qo‘yilishi mumkin bo‘lgan narsa emas. Soat millari vaqtning hisoblagani sari vaqt ko‘proq yo‘qotilib boradi. Kun oxirida qo‘shimcha ishlatilishi mumkin bo‘lgan vaqt qolmaydi. Barcha tadbirkorlar vaqtdan samarali foydalanishlari darkor, vaqtdan samarali foydalanish kaliti esa vaqtning boshqara olishdan iboratdir. O‘z vaqtini rejalashtirish orqali tadbirkorlar yaxshiroq natijalarga erishadilar. Vaqtdan foydalanish samaradorligini oshirish yo‘llari sifatida quyidagilarni keltirish mumkin: maqsadni aniqlash, muddatni belgilash, har bir muhim sohaga kerakli vaqt ajratish.

Ijodiy yondashuv, muammolarni hal eta olish, yangi imkoniyatlarni izlab topish — tadbirkorlarning o‘ziga xos xususiyatlaridir. Shuning uchun ular bunday ishlarga alohida vaqt ajratishlari lozim. Tadbirkorlar muhim, deb hisoblagan vazifalarga ajratiladigan vaqt iloji boricha samarali bo‘lishi kerak. Inson vaqtning «zaxiraga olish yoki olmaslik, uni tejash yoki tejamaslik»ni tanlay olmaydi. Vaqt tadbirkor uchun eng qimmatli omillaridan biridir. U turli yo‘llar bilan vaqtning bekor o‘tkazishi mumkin, jumladan:

- ish bilan bog‘liq bo‘lmagan shaxsiy masalalar haqida gap sotish;

- keraksiz yoki juda uzun majlislar o‘tkazish;
- ishda haddan tashqari ko‘p tanaffuslarga yo‘l qo‘yish;
- nouyushqoqlikka yo‘l qo‘yish;
- kam vazifalarni boshqalarga berish yoki umuman, vazifalarni taqsimlamaslik;

- jur‘atsizlik, shuningdek, uchrashuvlarga doimiy kechikish yoki ularga bormaslik.

Bunday holatlar vaqtning behuda sarflanishiga olib keladi va tadbirkordan o'z vaqtini qat'iy nazorat qilish talab qilinadi. Har bir aqlli tadbirkor o'z vaqtini boshqarish qobiliyatiga ega bo'lishi shart. Agar tadbirkor sifatida faoliyat yuritadigan bo'lsangiz, o'z ishingiz davomida vaqtning quyidagi usullar bilan samarali boshqarish imkoniyatiga ega bo'lishingiz mumkin.

Vaqtning boshqarish usullari. Vaqtning boshqarish ishni yaxshi tashkil etish tajribasiga egalik qilishga o'xshaydi. Vaqtdan samarali foydalana olish berilgan vaqt oralig'ida eng yuqori natijaga erishish deganidir. Bunga bir necha yo'l orqali erishish mumkin:

- kunlik maqsadni belgilash;
- manfaatdor bo'lish;
- muddatni belgilash;
- telefondan foydalanish;
- doimo eslatmalar qilish.
- kerakli ish bilan shug'ullanish;
- qulay vaqtdan foydalanish;
- o'z-o'zingizga savollar berish;
- aniq amallarga asoslanish;
- o'z qadamlaringizni o'ylash;
- ish kunlaringizning xohlagan biri uchun rejalashtirilgan ishlarni bajarishga tayyor turish;
- vaqtdan qanday foydalanayotganingizni doimo tahlil etib borish.

Quyida ularni batafsil ko'rib o'tamiz:

Ma'lum kun uchun aniq vazifalarni belgilash. Siz ma'lum kunda qanday vazifalarni bajarishni istashingizni bilishingiz zarur. Ishdan oldin yoki ishga kelib bajarish kerak bo'lgan vazifalar ro'yxatini muhimligining darajasi pasayib borishi tartibida yozib chiqing. Boshqa barcha ishlarni qo'yib, eng muhim vazifani bajarishga kirishing. Tashqi omillarning ishingizni bajarishga xalaqit qilishiga yo'l qo'ymang. Asosiy maqsadlarga erishish anchagina kuch talab etadi; maqsadga erishilgunga qadar mustaqil ishlashga harakat qiling. Ishingiz to'xtab qolishi yoki birov sizga xalaqit berishiga yo'l qo'ymang. Ishxonangiz ish tartibi shunday tashkil etilgan bo'lishi kerakki, siz yo'qligingizda ham ish o'z maromida davom eta olsin. Agar ishxonadagi ishlar diqqatni jamlashga xalaqit bersa, ish tartibini o'zgartirishga harakat qilish kerak.

O'zini manfaatdor qilish. Tadbirkorlar, odatda, o'zlari yuqori manfaatdorlikka ega bo'lib, ular qanday ish bajarishlaridan qat'i

nazar, undan rohatlanishadi. Ko‘pchilik odamlar ular xohlayotgan maqsadga yaqin turgan niyatga osonlikcha erishadilar. Ammo tadbirkorlar o‘zlarini o‘zlari ham manfaatdor qila olishadi.

Muddatlarni belgilash. Agar muayyan vazifalarni bajarishning aniq muddatlari belgilansa, ko‘proq ish bajarish imkoniyati tug‘iladi. Ammo bu muddatlar real ekanligiga ishonch hosil qilishingiz kerak. Muddatlar belgilangach, ularga amal qilinishini ta‘minlashga harakat qilishingiz zarur.

Telefondan foydalanish. Telefon — siz va qolgan ishbilarmonlik dunyosi o‘rtasida aloqa qilishining asosiy vositasidir. Ba‘zida xat jo‘natishga ham zarurat tug‘ilishi mumkin, ammo iloji boricha bu vositadan kamroq foydalanishga harakat qilish kerak. Muammolar telefon orqali tezroq o‘z yechimini topishi mumkin. Xat bir tomonlama aloqa vositasi, telefon esa ikki tomonlama jonli aloqa vositasidir.

Doimo eslatmalar qilish. Yoningizda hamma vaqt yondaftar bo‘lishi zarur. Asosiy vaziyatlarni yozib olish sizga hamma vaqt ishbilarmon uchrashuvlar, telefondagi so‘zlashuvlar, jamoa bilan suhbat vaqtlari va umuman, o‘z fikrlaringiz haqida eslatib turadi. O‘z fikrlaringiz, g‘oyalaringizni qayd qilib boring, qilinishi lozim bo‘lgan ishlar to‘g‘risida eslatmalarni yozib qo‘ying.

Hamma ishni o‘zi bajarmaslik. «Bir nimani bajarish kerak bo‘lsa, bu ishni band kishiga yuklang», deyilgan bir maqolda. Tadbirkorlar band odamlar, ammo ularning amallari yo‘naltirilgan bo‘lishi kerak. Faqatgina muhim sohalarga diqqat qarating. Aniq maqsadlarga erishish yo‘lida tadbirkorlar sezilarli natijalarga olib keladigan amallarni bajaradilar. Ishingizni rejalashtirish chog‘ida tanlab yondashing, barcha ishni o‘zingiz mustaqil bajarishga urinmang. Muhim bo‘lmagan, ko‘p vaqt talab etadigan vazifalarga «yo‘q» deyishga o‘rganing.

Vaqtни bekorga sarflamaslik. Asosiy vazifalarni eng qulay, ya‘ni mehnat unumdorligi yuqori bo‘lgan vaqtda bajarishga harakat qiling. Qolgan ishlarni ana shu qulay vaqtdan oldin yoki keyin bajarishga odatlaning. Qulay vaqt tushlikka to‘g‘ri kelib qolsa, ertalab yaxshigina nonushta qilib, tushlikka chiqmasa ham bo‘ladi. Muhim muammolarni hal etishda ikki-uch soatli unumdor ish juda katta foyda keltirishi mumkin. Qulay vaqtни bitta muammoga bag‘ishlash qiyin masala bo‘lsa-da, ko‘pincha bu shu muammoni hal etishning birdan bir yo‘li bo‘lib qoladi.

Ishni boshlashdan oldin o‘z-o‘zingizga savollar berish. Ixtiyoriy ishni yanada unumdor etib bajarish mumkin. Ixtiyoriy ishni

boshlashdan oldin: «Nima?», «Qayerda?», «Qachon?», «Kim?», «Nima uchun?» savollariga javob toping yoki bu savollarni bironvga bering. Olingan javoblar ishni bajarishda eng samarali yo'lni tanlashga yordam beradi. Har bir bosqichda o'zingizga savol bering: «Bu ishni nima uchun bajarishim kerak?» Olingan savol ishning eng muhim taraflarini aniqlashga imkon beradi.

Aniq amallarga asoslanish. Ma'lum bir masalani hal qilishdan oldin, bajarilishi lozim bo'lgan ishlar rejasini tuzib chiqing va shundan so'ng, ushbu masala yechimini izlashga o'ting. Reja bo'yicha ishni boshlaganda esa ana shu rejani maksimal darajada bajarishga harakat qiling.

Barcha narsani puxta o'ylashga harakat qilish. Chuqur o'ylash — bu o'tmishdagi, hozirgi va kelajakdagi faoliyatni bajarish tajribasiga o'rganishdir. Ko'pchilik kishilar o'z xatti-harakatlarini puxta o'ylab ko'rishmaydi; harakatlari rejasini batafsil o'ylab ko'rish uchun vaqt topish juda qiyin. Ammo o'z fikr va o'ylaring bilan tanho qolish uchun baribir shunday vaqt lahzalari yo'q emas, masalan, uyqudan oldingi dam olishda, sayohat paytida, transportning kelishini kutishda, tanho piyoda sayr qilganda. Shunday lahzalardan o'z rejalaringsizni o'ylab olish uchun foydalaning.

Ertagi kunni batafsil rejalashtirish. Har bir ish kunining oxirida keyingi kunning ish jadvalini tayyorlang. Ehtimol, siz kunning oxirida ertaga yaxshi boshlash uchun, hatto biron ishga qo'l ham urarsiz. Kunning oxiri — vaqtni bekor o'tkazganlikni yoki undan samarasiz foydalanganlikni o'rganish uchun yaxshi vaqtdir. Vaqtni bekor o'tkazganlik sabablarini batafsil yozing va shu tufayli kelajakda bu xatolarni yana takrorlash imkoni ancha kam bo'ladi.

O'z tajribangizdan o'rganish. O'zingizning avvalgi tajribangizni tahlil qilish qaysi harakatlaringiz qiziqarli va samarali bo'lganligini, qaysilari ko'p vaqt sarflab, bekor ketganligini va samarasiz bo'lganligini aniqlashga yordam beradi. Zero, kelajakda ham shunday vaziyatlarga tushasiz, pirovard natijada, qaysilari arziydigan va samarali bo'lishi mumkin bo'lgan harakat variantlarini tanlash manfaatlaringsizga xizmat qiladi.

O'z vaqt sarfingizni tahlil qilish. O'z vaqtingizni to'g'ri boshqarish uchun o'zingizga quyidagi savollarni tez-tez bering:

- «Qaysi o'zim qilmasligim kerak bo'lgan ishlarni yoki boshqalarga berishim kerak bo'lgan ishlarni o'zim bajaryapman?»

- «U yoki bu ishlarni bajarish to'g'risida qaror qabul qilishda men ustuvorliklarni belgilayapmanmi?»

• «Mening harakatlarim ma'lum maqbul vaqt mobaynida bajarish uchun to'g'ri rejalashtirilganmi?»

• «Men istalgan bir vaqt ichida qandaydir bir faoliyatga e'tiborimni jamlay olamanmi?»

O'z vaqtingizni boshqarishning yaxshi usullarini eslab qolishga harakat qiling. Vaqtni tejashning bu usullari sizning tadbirkorlik faoliyatingizning ko'rsatkichlarini oshirishga yordam beradi.

«... QILINISHI KERAK» varag'ini tayyorlash

Bugun nima qilish kerak _____

Sana _____

Bugun bajarilishi kerak bo'lgan eng muhim vazifa

Asosiy yo'nalish	Nima qilish kerak?	Belgilangan uchrashuvlar (ismi, manzili, telefon raqami)

Ko'p ishlarni hafta mobaynida qilish mumkin. Jadvaldagi hafta yoki ko'proq vaqt mobaynida to'plangan natijalar avvalgi faoliyatni tahlil qilishga va vaqtdan yanada samarali foydalanish uchun kelgusi faoliyatni amalga oshirish rejalarini ishlab chiqishga yordam berishi mumkin.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida mahsulot (ish, xizmat) ishlab chiqarishdan ko'ra, uning xaridorini topa olish muhim ahamiyat kasb etadi. Zero, bunda eski tuzum davridagi mamlakat miqyosida bir necha yillarga tuzib qo'yilgan rejalar asosida mahsulot ishlab chiqarish va buning natijasida mavjud sharoitni hisobga olmasdan faqat rejani bajarishga intilish o'z ahamiyatini yo'qotadi. Bundan tashqari, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning xaridori oldindan ma'lum bo'lishi korxonaning bozorni o'rganishga bo'lgan qiziqishini so'ndirib, iqtisodiy loqaydlik holatini yuzaga keltirar edi.

Endi xo'jalik yurituvchi har bir subyekt oldida turgan asosiy muammo — xaridorgir mahsulot yaratish hisoblanadi. Yaratilgan mahsulotni realizatsiya qilish (sotish) firmaning kelgusi faoliyatining asosi bo'lib, firma bunga asosiy e'tiborini qaratadi. Korxonaning to'lovga qodirligi, likvidligi ko'p jihatdan sotish hajmiga bog'liq bo'ladi, korxonani kengaytirish, uning zamonaviy asbob-

uskunalar va malakali mutaxassislariga bo‘lgan ehtiyojini qondirish, ishlab chiqarilgan mahsulotning sotilishi bilan uzviy aloqadadir.

Demak, har bir korxonada menejmenti faoliyat yuritish jarayonida sotishni boshqarish jarayonini tashkil qiladi va uni nazorat qilish orqali biznesi muvaffaqiyatini ta‘minlaydi. Shuni alohida ta‘kidlash kerakki, sotishni to‘g‘ri tashkil qilish — umumiy muvaffaqiyatning garovi hisoblanadi. Har bir tadbirkor bozorda o‘z mahsulotlarini samarali sotishni o‘rganish orqali biznesda omadga erishadi. Korxonada yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarish bilangina emas, balki uning talabgor (xaridor)larini topish va ularni bu mahsulotlari bilan qiziqitira olishi kerak. Raqobat sharoitida sotishni boshqarishning ahamiyati yanada ortadi. Bozorni va iste‘molchilarning qiziqishlarini o‘rganish, sotish jarayonini turli xil shakllarda tashkil qilish zarur hisoblanadi.

Binobarin, xaridorlar bu mahsulotlarni ular uchun foydali bo‘lgan taqdirdagina sotib oladilar. Sotishni tashkil qilish ham bir san‘at hisoblanar ekan, bu san‘atni chuqur egallash biznesda muvaffaqiyatga erishishni istagan har bir bo‘lajak tadbirkorlarga tavsiya etiladi. Sotishni boshqarish orqali korxonada yuz berishi mumkin bo‘lgan iqtisodiy xavf-xatarning oldini olib, kelajakda korxonaning barqaror faoliyat olib borishini ta‘minlaydi.

Marketing faoliyati jarayonida sotish muammosi firmaning siyosatini ishlab chiqishda hal qilinadi. Bunda aniq bozorlar uchun sotishning samarali tizimi, kanallari va usullari tanlanadi, ya‘ni mahsulotni ishlab chiqarish, sotishning konkret shakllari va usullari mo‘ljallanadi, shuning uchun sotish siyosatini ishlab chiqish, mahsulotni sotish jarayonida samaradorlikni ta‘minlash maqsadida optimal yo‘nalishlar va vositalarni aniqlaydi.

Sotish siyosatini ishlab chiqishdan oldin mavjud bo‘lgan sotish tizimini baholash tahlili o‘tkaziladi. Tahlil payti nafaqat mahsulot bo‘yicha va mintaqada bo‘yicha sotish hajmining ko‘rsatkichlari ko‘rib chiqiladi, bundan tashqari, sotish tarmog‘ining tashkillanishi, reklamaning samaradorligi, sotuvning rag‘batlantirilishi, bozorning to‘g‘ri tanlanganligi, bozorga chiqish vaqti va usullari kabi masalalar ham keng yoritiladi.

Sotish siyosatining shakllanishida firma mahsulotining iste‘molchilari bilan ishlash usullarini takomillashtirish masalalari ham katta ahamiyatga ega. Bunda iste‘molchilarga xizmat ko‘rsatishning texnik vositalarini joriy qilish uchun ketadigan xarajatlarga alohida e‘tibor beriladi. Hozirgi sharoitda kompyuter texnikasi

va ma'lumotlarni ishlab chiqarishning avtomatlashtirilgan tizimisiz biron-ta firma yaxshi faoliyat ko'rsatmaydi.

Sotish siyosatini ishlab chiqish va asoslab berish aniq olingan mahsulotga yoki mahsulot guruhiga moslashtirilib, quyidagi masalalarni yechishni talab qiladi:

- maqsadli bozorni tanlash;
- sotish tizimidagi zarur bo'lgan moliyaviy xarajatlarni aniqlash;
- sotish kanallarini va usullarini tanlash;
- bozorga chiqish usulini va vaqtini tanlash;
- tovar harakati tizimini va iste'molchiga mahsulotni yetkazishga ketadigan xarajatlarni aniqlash;
- sotuvni rag'batlantirish shakllari va usullari hamda ular uchun ketadigan xarajatlarni aniqlash.

Sotish siyosatini ishlab chiqishda quyidagilar hisobga olinadi:

- ushbu bozor segmentining sotuv tarmog'iga talabnomasi;
- firma sotuvining tashkiliy tuzilishi va malakali savdo xodimlari soni;
- ushbu bozor segmentida sizning korxonangiz ish tajribasini baholash;
- vositachilar xizmatlaridan foydalanishning maqsadga muvofiqligini baholash;
- vositachilar yordamida sotish hajmining o'sish imkoniyatlari;
- vositachilarning firmaga nisbatan siyosati;
- sotish tizimini yaratish uchun moliyaviy mablag'lar mavjudligi;
- shaxsiy sotuv tizimi va muqobil takliflar rentabelligini solishtirma baholash;
- bozorga mavjud tovarni yetkazib berishni amalga oshirish;
- salohiyatli buyurtmachilar soni;
- buyurtmani taqsimlash xarakteri;
- sotishning geografik konsentratsiyasi;
- pirovard iste'molchilarning odatlari va afzal ko'rishlari;
- tovarning bo'linuvchanligi;
- tovarning o'zgaruvchanligi va barqaror emasligi;
- firma rahbariyatining kurash harakatlari;
- sotish kanalini nazorat qilish va h.k.

Yuqorida ta'kidlaganimizdek, sotishni to'g'ri tashkil qilish muvaffaqiyatning yarim garovi hisoblanadi. Korxonaga nima bilan savdo qilishidan qat'i nazar, sotish jarayoni bir xil ko'rinishga ega va uni uch muhim bosqichga bo'lish mumkin:

- yangi mijozlarni izlash;

- sotishning o‘zi;
- uni hujjat bilan rasmiylashtirish.

Bu esa ko‘rib turganimizdek oson emas. Sotishni to‘g‘ri boshqarish uchun har bir korxonada yoki firma o‘zining menejeriga ega bo‘lishi amaliyotda o‘zining afzalligini isbotlagan. Sotish bo‘yicha menejerning yagona va bosh masalasi — bu o‘ziga biriktirib qo‘yilgan mijozlarga o‘z mahsulotini sotish hisoblanadi. U boshqa vazifalardan ko‘ra, aynan sotishni yaxshiroq boshqarish qobiliyatiga ega, shunday ekan, u faqat shu ish bilan shug‘ullanishi kerak. Shu yerda 1-qoida tariqasida shuni aytish mumkin: «Sotish bo‘yicha menejer faqat o‘ziga biriktirilgan mijozlar bilan ishlashi va bunga o‘zining ish vaqtining 100 % ini bag‘ishlashi kerak».

Menejerlar firmalarga mablag‘ keltiradigan, bevosita mijozlar bilan aloqa o‘rnatuvchi muhim shaxslar hisoblanadi. Shunday ekan, sotishni tashkil qilish jarayonida ular arizalar to‘ldiruvchi va ma‘lumotlardan ko‘chirma tayyorlovchilarga aylanib qolmasligi nazorat qilinishi kerak. Buning uchun menejer yordamchilari bo‘lishi maqsadga muvofiq hisoblanadi. Menejer, albatta, chuqur iqtisodiy bilimlarga ega bo‘lishi talab qilinadi, lekin shu bilan birga, u bir qancha sifatlarga ham ega bo‘lishi lozim.

Omadli sotuvchi (menejer) sifatlarini quyidagicha sanab o‘tish mumkin:

1. Natijalarga erishishga yo‘naltirilganlik.
2. Kuchli manfaatdorlik bilan ta‘riflanadi.
3. O‘ziga ishonch.
4. O‘z ishiga yarasha tashqi ko‘rinishga ega.
5. Halol.
6. Ishonchli.
7. Sotilayotgan mahsulotni yaxshi biladi.
8. Diqqat bilan tinglashga qodir.
9. Tashabbuskor.
10. Istarasi issiq.
11. Yuqori kirishimlilikka ega.
12. Gaplashadigan.
13. Yumshoq.

Korxonada faoliyatida potensial xaridorlar muhim o‘rin tutadi. Potensial xaridorning sifatlari:

- Korxonada uchun potensial xaridor juda muhim, u VIP shaxs hisoblanadi (VIP — juda muhim shaxs);
- Potensial xaridor hech qaysi korxonada ta‘siri ostida bo‘lmaydi;

- Potensial xaridorlar korxonaga uchun to‘siq bo‘lmaydi, ular korxonaga butun faoliyati qaratilgan maqsad hisoblanadi;

- Korxonaga o‘z potensial xaridorlariga xizmat ko‘rsatib, ularni qarzdor qilib qo‘ymaydi; bu xaridorlar shu xizmat ko‘rsatish vazifasini bajarishga imkon berib, korxonani qarzdor qilib qo‘yadilar;

- Potensial xaridorlar — oddiy statistik birliklar emas; ular siz-u biz kabi hissiyotlarga ega tirik insonlardir;

- Potensial xaridorlar — bu aqllilikda bahslashish kerak bo‘lgan odamlar emas, hech kim bundan oldin potensial xaridor bilan bo‘lgan bahsda yutib chiqqan emas;

- Potensial xaridorlar — istak va ehtiyojga ega kishilardir. Korxonaning vazifasi ularni qondirish.

Sotish jarayonida sotuvchi potensial xaridorlarga o‘zi va mahsuloti haqida ayrim ma’lumotlarni beradi. Bu jarayon bosqichlardan iborat bo‘lib, har bir keyingi bosqich oldingisidan darajasi bo‘yicha yuqoriroq muloqot qilish bilan bog‘liq.

1-qadam: potensial xaridorga murojaat etiladi, o‘zi va kompaniyani tanishtiradi;

2-qadam: potensial xaridor yoniga nima uchun tashrif buyurganini tushuntiradi;

3-qadam: taklif etilayotgan mahsulot yoki xizmatni tavsiflab beradi;

4-qadam: bu mahsulot yoki xizmatning xaridor uchun qanday qilib foydali bo‘lishini tushuntiradi;

5-qadam: sotish shartlari va muddatlarini kelishadi;

6-qadam: potensial xaridordan mahsulot sotib olish haqida aniq bir qarorga kelishini iltimos qiladi;

7-qadam: sotuvchi agar tovarga yangi xaridor paydo bo‘lishi bilan ularni ushlab qolish strategiyasini o‘ylashi kerak.

Olib borilgan tadqiqot natijalariga ko‘ra, eski xaridorni ushlab qolish yangisini jalb qilishga qaraganda 10 baravar qimmatroq. Samarali muloqot singari sotish jarayoni ham ikki tomonlama jarayondir. Sotuvchi kerakli savollarni bera olish uchun oqil intervyuchi bo‘lishi, xaridor talab va ehtiyojlarini aniqlash uchun faol tinglovchi bo‘lishi zarur. O‘z ishtirish usulini potensial xaridorlar xarakteriga va ularni xaridor sifatida yo‘naltiruvchi sabablarga moslashtirishi kerak. Samarali muloqot qilish natijasida xaridorlar bilan ishonch va hamkorlikka asoslangan munosabat o‘rnatishga erishiladi; bu, o‘z navbatida, nafaqat joriy sotishlarga, balki kelajakdagi sotish hajmlariga ham ijobiy ta‘sir etadi.

Ta'minotchilarni tanlash. Har bir korxonaga o'z faoliyati davomida bir necha korxonalar bilan o'zaro munosabatda bo'ladi. Bu munosabat shartnoma orqali muvofiqlashtiriladi.

Mahsulot yetkazib berish shartnomasi korxonalar o'rtasida tuziladigan bitimdir. Bunda mahsulot yetkazib beradigan korxonaga xaridor korxonaga o'zaro kelishilgan assortimentdagi, miqdor va sifatdagi mahsulotni muddatda topshirish majburiyatini, xaridor esa uni qabul qilish va haqini to'lash majburiyatini o'z zimmasiga oladi. Shartnomada uni bajarishning barcha shart-sharoitlari: idish (tara)ga qo'yilgan talablar, narxlar, hisob-kitoblar tartibi, mahsulotlarni o'rab-joylash va tashish usullari va boshqalar ko'rsatiladi.

Shartnomadagi majburiyatlarga amal qilinmasa, mahsulot yetkazib beruvchi korxonaga moddiy jihatdan javobgar bo'lib, iste'molchi ko'radigan zararni qoplaydi. Shartnoma bandlari buzilgani uchun jarimalar to'lash, yetkazilgan zararni qoplash korxonani buyurtmachiga mahsulot yetkazib berish majburiyatidan xalos etmaydi. Mahsulot yetkazib berish intizomi korxonalarining o'zigagina bog'liq bo'lib qolmasdan, balki moddiy-texnikaviy ta'minot idoralari, transport, butun boshqarish bo'g'inlari ishiga ham ko'p jihatdan bog'liqdir. Shartnoma intizomiga rioya qilish iqtisodiyotning balanslashuvi, xalq xo'jaligining normal faoliyat ko'rsatish, korxonalarining bir maromda ishlashi, uning samaradorligini oshirishning zarur shartidir va nihoyat, xo'jalik mexanizmini takomillashtirishning eng muhim omilidir.

Yetkazib beruvchilardan tovar-moddiy boyliklar va uskunalarni xarid qilishda tadbirkorlar quyidagi maxsus amaliyotlarga rioya qilishlari kerak.

1-qadam. Korxonaga ehtiyojlarini aniqlash kerak. Marketing tadqiqotlarini o'tkazish natijasida xaridorlaringiz kim bo'lishini va ular qanday tovarlarni sotib olishni istashlarini bilish darkor. Kelgusi xaridorlarning istaklari quyidagilarni aniqlaydi:

- bu xaridorlarga sotishga tovarlar ishlab chiqarish uchun korxonangizga qanday materiallar va uskunalari kerak;
- xaridorlarga qayta sotish uchun yetkazib beruvchilardan qanday tayyor buyumlar olinishi kerak;
- kamaytirilmaydigan ishlab chiqarish zaxirasini to'ldirish uchun tovar-moddiy boyliklarning turlaridan qancha sotib olish zarur;
- talab qilinadigan xomashyo va materiallar uchun yetkazib beruvchilarga qaysi narxlarda to'lanadi;
- korxonaga yetkazib beruvchilardan xomashyo va materiallarni qaysi aniq vaqtda olishi kerak.

2-qadam. Potensial yetkazib beruvchilarni aniqlash. Qaysi yetkazib beruvchilar kerakli bo'lgan tovarlar, materiallar va uskunalarni qanday yo'l bilan sotishini aniqlash lozim:

- siz bilan ishlovchi xodimlardan, biznesdagi o'rtoqlaringizdan va boshqalardan so'rash. Raqiblaringiz xaridlarini qayerdan qilishini bilishga urinish;

- kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlovchi tashkilotlar bilan aloqalar o'rnatish, masalan, mahalliy savdo palatasi bilan, ular vijdonli va ishonchli yetkazib beruvchilarni aniqlashda foydali bo'lishi mumkin;

- potensial yetkazib beruvchilarning nomlari va manzillari ko'rsatiladigan gazetalar, jurnallar, texnik jurnallar va telefon ma'lumotnomalaridagi e'lonlarni ko'rish;

- potensial yetkazib beruvchilardan har biri qanday tovarlar, materiallar va uskunalarni savdoga qo'yishini, shuningdek, bu yetkazib beruvchilar taklif qilayotgan narxlarni, chegirmalarni, kreditga berish shartlarini va yetkazib berish shartlarini aniqlang;

- boshqa tadbirkorlardan bu potensial yetkazib beruvchilarning har biri qanchalik ishonchli ekanligini bilish. Masalan, aniqlang:

- Odatda, yetkazib beruvchi buyurtmani o'z vaqtida yetkazib beradimi?

- Yetkazib beruvchi qaytariladigan tovarlar va materiallarni qaytarib oladimi?

- Yetkazib beruvchi buyurtma berilgan tovarlar va materiallar soniga qay darajada mas'uliyat bilan yondashadi?

- Yetkazib beruvchi o'z biznesini vijdonan olib boradimi?

3-qadam. Yetkazib beruvchi bilan yoki uning ofisiga shaxsan borib yoxud yetkazib beruvchiga qo'ng'iroq qilib yoxud unga xat jo'natib aloqaga kirishing. Har bir potensial yetkazib beruvchi quyidagi masalalar bo'yicha yozma javob berishi kerak:

- yetkazib beruvchilarning har bir yetkazib berishi mumkin bo'lgan tovarlar, materiallar va uskunalar assortimenti. Aniq savollar qatoriga quyidagilar kiradi:

- Yetkazib beruvchida sizga zarur miqdordagi va sifatdagi tovar bormi?

- Sotib olishning eng kam miqdori qancha?

Yetkazib berishning narxlari va shartlari. Aniq savollar qatoriga quyidagilar kiradi:

- Siz naqd to'lashingiz zarurmi yoki tovar-moddiy boyliklarni kreditga olishingiz mumkinmi?

- Kreditning eng ko‘p darajasini mo‘ljallayapsizmi?
- Siz qancha tez to‘lashingiz zarur?
- Agar katta partiya tovar buyurtma bersangiz yoki to‘lovni tez amalga oshirsangiz, chegirmaga umid qila olasizmi?
- Qanday chegirma olishingiz mumkin?

Yetkazib berish muddatlari. Aniq savollar qatoriga quyidagilar kiradi:

- Yetkazib beruvchi tovarni bevosita sizning korxonangizga yetkazib bera oladimi?
- Buyurtma rasmiylashtirilganidan keyin qancha tez yetkazib beriladi?
- Tashish uchun to‘laysizmi yoki bu yetkazib berish shartlariga kirganmi?

4-qadam. Eng yaxshi yetkazib beruvchilarni tanlang. Turli yetkazib beruvchilardan olingan ofertalardan foydalanib, eng yaxshi takliflarni aniqlash maqsadida taklif qilinayotgan shartlarni taqqoslang.

Oferta — bu sizning yetkazib beruvchiga murojaatingizga javobdir. Ofertada yetkazib beruvchi sizga tovarlar, materiallar, uskunalar, narxlar, to‘lov va yetkazib berish shartlari, shuningdek, sizning buyurtmangizga taalluqli boshqa shartlar to‘g‘risida batafsil ma’lumot beradi.

Tadbirkor yetkazib beruvchini tanlashda qaysi shartlar va ustuvorliklar eng muhimligini hal qilishi kerak. Bu tovarlarni kreditga yetkazib berish, yetkazib beruvchining ishonchliligi, narx chegirmalari yoki boshqa mulohazalar bo‘lishi mumkin. Korxonaning ehtiyojlariga eng yaxshi darajada javob beruvchi yetkazib beruvchilarga doir qaror qabul qilingandan keyin:

- yetkazib beruvchilar bilan yanada yaxshi sharoitlarda yetkazib berishni kelishishga harakat qiling;
- o‘z korxonangizga eng yaxshi yetkazib beruvchilarni tanlang.

5-qadam. Tovarlar va materiallarga buyurtma bering, ammo buni yozma ravishda bajaring. Buyurtma beriladigan tovarning miqdori haqidagi masalani puxta o‘ylang:

- Qanday eng oz tovarlar yoki materiallarga buyurtma berishingiz mumkin?
- Har bir ulgurji partiyada qancha miqdorda tovar yoki material bor?
- Bir ulgurji partiyadan kam buyurtma berishingiz mumkinmi?

6-qadam. Buyurtmani olgan zahoti, koʻzdan kechiring. Odatda, yetkazib beruvchi tovarlar yoki materiallar bilan birga, transport yukxatini yuboradi. Bu yukxatda yetkazib berilgan tovarlar haqidagi toʻla maʼlumot aks etadi. Yetkazib beruvchi sizning buyurtmani olganligingizning tasdigʻi sifatida yukxatni imzolashingizni talab qiladi.

Transport yukxati oʻrniga ayrim yetkazib beruvchilar hisob yuborishadi. Olingan buyurtmaning hisobda koʻrsatilganligiga mos kelishini tekshiring. Agar tovarlar va materiallarni oʻzingiz yetkazib beruvchidan olib ketayotgan boʻlsangiz, yetkazib beruvchining omborini tark etishdan oldin tovar (material)ning xili va sifatini tekshiring.

Transport yukxatidagi yoki hisob-fakturadagi maʼlumotlarni oʻz buyurtmangiz bilan qiyoslang.

Buyurtma berilgan barcha narsa vaqtida olinganligini tekshiring. Agar biron narsa oʻxshamasa, bu haqda darhol yetkazib beruvchini xabardor qiling. Kamchiliklar tugatilmaguncha, transport yukxatini imzolamang va hisob boʻyicha toʻlamang.

7-qadam. Hisobni tekshiring, chunki hisobda nima sotib olinganligining aniq roʻyxati boʻladi va yetkazib berilgan boyliklarga haq toʻlash tartibini belgilaydi.

Hisob toʻgʻri yozilganligiga ishonch hosil qiling. Agar siz kreditga xarid qilgan boʻlsangiz, hisobdagi maʼlumotlarni transport yukxatidagi maʼlumotlar bilan taqqoslang. Ulardagi tovarlar va materiallar roʻyxatlari mos kelishi kerak. Toʻlaydigan hamma narsani olganligingizga, ularda koʻrsatilgan narxlar va jami summalarning toʻgʻriligiga ishonch hosil qiling. Agar hisob notoʻgʻri yozilgan boʻlsa, bu haqda darhol yetkazib beruvchini xabardor qiling va u bilan muammoni hal qilishning eng yaxshi usulini belgilang.

8-qadam. Yetkazib berilishni naqd yoki chek bilan toʻlang. Toʻlov amalga oshirilganini isbotlaydigan kvitansiyaning olishni unutmang.

Kichik korxonalarda qoʻllaniladigan texnologiyalar. Korxonada yangi texnologiyalarning joriy etilishi mehnat unumdorligini oshirib, yangi mahsulot turini ishlab chiqarish imkonini beradi. Kichik korxonada oddiy texnologik yangiliklarning joriy etilishi ishlab chiqarilayotgan mahsulot sifatini oshirishga, koʻrinishini yaxshilashga, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga imkon beradi.

Tadbirkorlar yangi texnologiyalar bilan savdo yarmarkalariga tashrif buyurish, kichik biznesni qoʻllash agentliklari bilan aloqalar

oʻrnatish orqali tanishishlari mumkin. Yangi texnologiyalarning paydo boʻlishi isteʼmolchilar talablari oʻzgarishi bilan bir vaqtda roʻy beradi. Korxonalar yangi texnologiyalarni yangi mahsulot va xizmatlarni yaratish uchun ishlatadi.

Tadbirkorlar yangi texnologiyalardan foydalanish korxonalar faoliyatiga jiddiy taʼsir koʻrsatishini hisobga olishlari kerak. Tadbirkorlar yangi texnologiyaning potentsial taʼsiri va maʼnosi haqida maʼlumotga ega boʻlmasliklari mumkin, ammo ular ana shu yangiliklardan ularning biznesiga ijobiy taʼsir koʻrsata oladiganini aniqlab olishlari zarur.

Odatda, kichik korxonalar egiluvchan boʻladi va yangiliklarni oʻzida osonroq joriy etadi, yangi mahsulot turlarini tezroq yaratadi. Ikkinchi tomondan, kichik korxonalar yangi tovarlar yaratib, ularni bozorga chiqarish uchun yetarli malaka, vaqt va mablagʻga ega boʻlmasliklari mumkin. Kichik korxonalar yangi mahsulotga real talabni aniqlashlari, qancha vaqt talab etilishini va bozorda yangi mahsulot paydo boʻlishining moliyaviy jihatlarini oʻrganib chiqishlari zarur.

Rejalashtirish va prognoz orqali ishlab chiqarishning joriy hajmi va yangi tovar ishlab chiqishga taʼsir eta oladigan texnologik oʻzgarishlarni bashorat qilish mumkin. Yangi texnologiyalarni ishlab chiqish, koʻpchilik kichik korxonalarda boʻlmagan ancha-gina mablagʻlarni uzoq muddatga shu maqsadga jalb etishni taqozo etadi. Yangi texnologiyalar biznesga juda sezilarli taʼsir eta olishiga qaramay, tadbirkorlar kunlik muammolarning koʻpligi tufayli uzoq muddatli rejalashtirishga vaqt ajrata olishmaydi.

Kichik korxonalar faqat yuqori raqobatbardoshlikka erisha oladigan vaqt va joydagina yangi mahsulot ishlab chiqarib, uni bozorga chiqarishi lozim. Kapital mablagʻlarning yoʻqligi sababli, tadbirkorlar bozorda roʻy berayotgan oʻzgarishlarga javob qaytarishga shay turishlari va mijozlarining kelajakdagi talablarini aniqlay olishlari kerak.

Mos keluvchi texnologiyalarning tavsifi

Yangi texnologiyaning kichik korxonaga zarurligi quyidagi belgilar orqali aniqlanadi:

1. *Soddalik* — kichik korxonalar uchun texnologiya u faqatgina soddagina boʻlsa kerak boʻlishi mumkin. Bunday texnologiyadan foydalanuvchi undan jiddiy muammolarsiz foydalanish imkoniyatiga ega boʻlishi kerak.

2. *Texnologik samaradorlik* — texnologiyaning texnologik samaradorligi uning foydalanuvchi talablariga qanchalik javob berishi bilan belgilanadi.

3. *Ochiqlik* — ayrim texnologik jarayonlar ma'lum maqsadlarga erishish uchun mos kelishi mumkin, ammo hozirgi aniq joyga mos kelmaydi. Axborot texnologiyalari, masalan, qator vazifalarni bajarish uchun eng mos kelishi, ammo u mazkur aniq joyda uncha mos kelmasligi mumkin.

4. *Moslashuvchanlik* — vaqt o'tishi bilan texnologiyalarga qo'yiladigan talablar ham o'zgaradi. Kelajakda uni vaqt qo'yan talablarga moslashtira olish uchun berilgan texnologiya yetarli darajada egiluvchan bo'lishi kerak.

5. *Ishonchlilik* — ishonchli texnologiya kamroq xizmat ko'r-satish va ta'mirga muhtoj.

6. *Resurs samaradorligi* — texnologiya mahalliy resurslardan samarali foydalanish imkoniyatini berishi zarur.

5.2. Boshlang'ich kapital va uning manbalari

Biznesni moliyalash va moliya manbalariga yo'l topish — o'z faoliyatini endi boshlagan tadbirkorlar uchun ham, hozirda faoliyatini olib borayotgan tadbirkorlar uchun ham muhim ahamiyat kasb etadigan masala hisoblanadi. Moliyaviy mablag'larning yetishmasligi va yo'qligi, ko'pincha inqirozga olib keladi. Shuning uchun moliyaviy manbalariga yo'l topish kichik biznes va xususiy tadbirkorlik uchun rivojlanishning muhim shartlaridan biri hisoblanadi.

Hayotimiz davomida har qanday ishni boshlashimizdan oldin, albatta, ma'lum ma'noda mablag' muammosiga duch kelamiz va pulsiz ko'zlangan maqsadga erishish juda qiyin kechadi yoki iloji bo'lmaydi. Dono xalqimiz aytganidek, pulni pul topadi. Ammo endi ishni boshlayotgan tadbirkorlar bu muammoni hal etish uchun nimalar qilishlari lozim? Bu borada, avvalo, hukumatimiz tomonidan tadbirkorlarga berilayotgan imkoniyatlarni e'tirof etishimiz zarur. O'z g'oyasiga, biznes-rejasiga ega tadbirkorlar o'z ishlarini boshlab olishlari uchun imtiyozli kreditlar berilishi, dastlabki yillarda soliqlardan butunlay ozod bo'lishi yoki imtiyozlarga ega bo'lishi, ishlab chiqaradigan mahsulot turiga va eksport qilish imkoniyatlariga qarab, yana bir qator soliq va boshqa imtiyozlarga ega bo'lishi tadbirkorlikning yanada rivojlanishiga olib kelmoqda. Hozirgi sharoitda tadbirkorlar uchun pul topish unchalik muammo emas, pulni qanday ko'paytirish muammosi turibdi, desak to'g'ri bo'ladi.

O‘z ishini boshlayotgan tadbirkor shuni anglashi kerakki, korxonaga foyda keltirishni boshlagungacha, biznesni tuzish davrida ma‘lum miqdorda pulga ega bo‘lish zarur. Bu mablag‘ boshlang‘ich sarmoya (dastlabki sarmoya), deb ataladi va quyidagilarni qoplash uchun zarur:

- dastlabki xarajatlar yoki investitsion sarmoya sifatida;
- birlamchi ishlab chiqarish xarajatlari yoki aylanma kapital sifatida.

Dastlabki xarajatlar — bu tadbirkor korxonaga ish boshlagunga qadar tortadigan xarajatlardir (savdo, ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko‘rsatish sohasida). Bu xarajatlarni qoplash uchun foydalaniladigan mablag‘lar investitsion sarmoya, deb ham ataladi. Yer yoki bino sotib olish, sex qurish, uskunalar, asboblari, texnika, idora mebeli sotib olish — bularning hammasi dastlabki xarajatlardir. Ro‘yxatga olishda to‘lanadigan har xil to‘lovlar va yig‘imlar, o‘qar suv, elektr o‘tkazish, telefon aloqasi o‘rnatish, korxonaning ochilganligi haqidagi reklama xarajatlari va h.k. ham shu guruhga kiradi.

Birlamchi ishlab chiqarish xarajatlari korxonaga ish boshlashi bilan paydo bo‘ladi. Ma‘lum mablag‘lar sotuvdan daromadlar korxonaga qaytib tushish bosqichi boshlangunga qadar, joriy xarajatlarni qoplashga yo‘naltiriladi. Bu bosqichning uzunligi biznesning ixtisoslashuviga bog‘liq. Qoida tariqasida, savdo sohasida u bir oydan kam davom etishi mumkin, ishlab chiqarish sohasida esa, korxonaga ishga tushganidan mablag‘larning bankdagi hisobga yoki kassaga tushgunigacha bo‘lgan vaqt bir necha oyga cho‘zilishi mumkin (bunda mahsulot ishlab chiqarishga ketgan vaqt, mahsulotning taqsimlash tizimida turgan davr, masalan, tayyor mahsulotning korxonaga omborida turishi, ulgurji sotuvchigacha, chakana sotuvchigacha yoki pirovard xaridorgacha yo‘lda bo‘lgan davri hisobga olinadi). Tadbirkorning bu davrdagi xarajatlari birlamchi ishlab chiqarish xarajatlari yoki *aylanma kapital* deb ataladi.

U yoki bu to‘lovni amalga oshirish vaqtiga bog‘liq holda amaliy operatsiyalar boshlangungacha yoki boshlangandan keyin biz uni xarajatlarning ikki guruhidan biriga kiritamiz. Guruhlar o‘rtasidagi tafovut ham ana shundadir.

Korxonaga tuzish uchun boshlang‘ich sarmoya — bu dastlabki investitsion xarajatlar va aylanma kapital yig‘indisi. Boshlang‘ich sarmoyaning umumiy miqdoridan kelib chiqib, bo‘lg‘usi tadbirkor o‘z manbalaridan ishga solish uchun qancha pul zarurligini va qanchasini qarzga olish kerakligini hal qiladi (5.2.1-jadval).

Dastlabki sarmoya bilan qoplanuvchi xarajatlar

To'lovlar	Dastlabki xarajatlar	Birlamchi ishlab chiqarish xarajatlari	Bosh-qalar
Korxonani ro'yxatga olish			
Birinchi oy uchun xodimlarga ish haqi			
Sex loyhasini ishlab chiqqanlik uchun me'morga haq			
Uskunalar xarid qilish			
Xomashyo xarid qilish			
Dastgohlarni elektrga ulash			
Tayyor tovarlar xarid qilish			
Korxonaga ochilganligi haqida reklama			
Sanoat zonasidan yer uchastkasi sotib olish			
Hashamatli uy qurish			
Birinchi oy uchun mulkdorga ish haqi			
Ikki oyga yetadigan idora shyolarining zaxirasi			
Elektrga ulanish			
Ishlatilgan yuk mashinasini sotib olish			
Investitsiyalarni baholash uchun maslahatchi			
Korxonaga uchun binolar ijarasi			
Qimmatli qog'ozlar sotib olish			
Yong'indan sug'urtalash			
Xodimlar salomatligini sug'urtalash			
Mulkdorning xotini uchun shaxsiy avtomobil			
Mahsulotni o'tkazish			
Kompyuterlar			
Sex uchun qurilish materiallari			
Xodimlarning bolalari uchun maktab badallari			
Telefon liniyasi o'rnatish			

Birinchi telefon haqini to'lash			
Tovar zaxiralarini to'ldirish			
Uskuna yetkazib beruvchining oldiga borish			
Avtomobilni birinchi yil uchun sug'urtalash			
Yuk mashinasiga texnik xizmat ko'rsatish va uni ta'mirlashga xarajatlar			
Kredit bo'yicha foizlarni to'lash			
Do'stlardan olingan qarzlarni qaytarish			

Mamlakatimizda bozor munosabatlarining jadal rivojlanishi bilan uning tarkibiy qismi sifatida kichik biznes taraqqiy eta boshladi. Kichik biznesni tashkil etishni qo'llab-quvvatlash va yanada rivojlantirish tizimi ham uni doimiy takomillashtirib borishni taqozo qiladi. Ayniqsa, tadbirkorlik faoliyatini yangi boshlayotgan, mablag'lari yetishmayotgan, xo'jalik faoliyati yuritish uchun yetarli malaka va tajribaga ega bo'lmagan tadbirkorlar uchun davlatning qo'llab-quvvatlovchi tadbirlari g'oyat muhimdir.

Tadbirkorlik iqtisodiy rivojlangan davlatlarda yangi-yangi ishchi o'rinlarini yaratuvchi, bozorni tez va zarur, sifatli mahsulotlar, xizmatlar bilan ta'minlovchi hamda shaxsiy farovonlik omili sifatida iqtisodiyotning muhim sektoriga aylandi. Ayni vaqtda, iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatmoqdaki, kichik biznes tizimida ishlab chiqarishni yanada rivojlantirish, istiqbolli loyihalarni amalga oshirish uchun zarur mablag'larning yetishmasligi birmuncha qiyin muammodir. Chunki ko'pchilik tijorat banklari kichik biznes faoliyatida tavakkalchilik darajasi yuqori, garov majburiyatlari esa ishonchsiz ekanligi sababli, ularni kreditlashda birmuncha ehtiyotkor bo'lishadi.

Xorijiy mamlakatlarda kichik biznesni kreditlashda, asosan, quyidagi uch o'lchovga amal qilinadi:

- kredit oluvchi tadbirkor olgan qarzini o'z vaqtida qaytarish uchun o'zining kapitalini yuqori malakali va qobiliyatli ishlata olishini ko'rsata bilishi lozim;

- qarz beruvchida tadbirkorlar to'g'risida, uning biznesi muvaffaqiyatli rivojlanayotganligi to'g'risida ishonchli tasavvur hosil bo'lishi kerak. Bunday hujjat loyihalari yangi tadbirkorlik faoliyatining hayotiyli va istiqbolligini tasdiqlashi lozim;

- qarzdorning kreditlarni o‘z vaqtida to‘lash qobiliyatini ifodalovchi aktivlar mavjudligi yoki tadbirkorning shaxsiy garovi qo‘yiladi. Masalan, AQSHda tadbirkorlik fondi berilayotgan kreditning 90 % summasini kafolatlashi lozim bo‘lib, qolgan 10 % summa bankning tavakkali bo‘ladi.

Biznesni moliyalashtirish manbalari

Shunday qilib, bo‘lajak tadbirkor o‘zining dastlabki sarmoyasini hisoblab chiqishi lozim. Chunki o‘zining sarmoyasi manbalarini bilmay turib o‘z ishini boshlay olmaydi. Dastlabki sarmoyaning bir necha manbalari mavjud:

- xususiy sarmoya;
- qarzga olingan mablag‘— kredit yoki lizing;
- hamkorlardan to‘g‘ridan to‘g‘ri investitsiyalar;
- grantlar.

Xususiy sarmoya

Tadbirkor mustaqil kiritmoqchi bo‘lgan, biznesni boshlash uchun kerakli bo‘lgan pul mablag‘lari xususiy sarmoya deyiladi.

Xususiy sarmoya tavakkalchilik ishi bo‘lib, o‘z mablag‘ingiz bilan tavakkal qilasiz va muvaffaqiyatsizlik ro‘y bersa, ularni yo‘qotasiz. Biroq ikkinchi tomondan, siz o‘z mablag‘laringizni biznesga kiritmoqchi ekansiz, bu siz biznesingiz konsepsiyasiga ishonasiz degani. Bundan tashqari, ayrim kreditorlar, biznes egasining o‘zi bir qism mablag‘ kiritishi kerakligini talab qilishadi. Bu korxonaning mutlaq muvaffaqiyatini bildiradi. Shuningdek, ayrim biznes shakllari, uning egalari tomonidan mablag‘larning bir qismini kiritishni talab etadi. Masalan, MCHJni tuzishda, mablag‘larning bir qismini o‘zingiz kiritishingiz shart.

Qarzga olingan mablag‘lar

Kreditlar. Agar siz dastlabki sarmoyani kreditga olmoqchi bo‘lsangiz, bu sizga olingan kreditning o‘zini va belgilangan foiz stavkasini to‘lashingiz kerakligini bildiradi. Kreditni to‘lash bo‘laklab yoki birdaniga amalga oshirilishi mumkin.

Moliyaviy mablag‘larni kreditga olish o‘z mablag‘ini ishlatishga qaraganda biroz og‘irlik qiladi, chunki kredit hisobidan foizlar to‘lashga to‘g‘ri keladi. Bundan tashqari, kreditning bir qismini ham belgilangan muddatlarda qaytarish kerak bo‘ladi. Bu yangi korxonaga uchun murakkablik tug‘diradi, shuning uchun o‘z ishini tashkil qilishda, imkoni boricha, kamroq qarz olish kerak.

O'zbekistonda qarzga moliyaviy mablag'lar olish manbalari

- Tijorat banklari;
- Kredit uyushmalari;
- Budjetdan tashqari fondlar.

Asosiylari — Aholi bandligini qo'llab-quvvatlash fondi hamda Dehqon va fermerlik xo'jaligini qo'llab-quvvatlash fondi.

O'zbekistonda kichik biznesni moliyalash dastlabki sarmoyani shakllantirish uchun mikrokredit va kreditlar vositasida amalga oshirilishi mumkin. Kichik biznesni kreditlash katta xavf tug'dirganligi sababli, banklar kreditlarni yuqori hisobiga beradilar va ushbu moliyalash manbayini noqulay qilib qo'yimoqda.

Budjetdan tashqari fondlar, tijorat banklarida ochiladigan, kredit yo'nalishlari bo'ylab mablag' ajratadilar. Mos ravishda, budjetdan tashqari fondning kredit yo'nalishi — budjetdan tashqari fond tijorat bankiga ajratadigan va bank, o'z navbatida, kichik biznes subyektlarini faqat maqsadli asosda kreditlaydigan mablag'lar.

Kredit uyushmalari — o'z a'zolariga kredit-moliyaviy xizmatlar ko'rsatuvchi tashkilot. Kreditlashning bunday shakldagi amaliyoti so'nggi yillarda «Kredit uyushmalari to'g'risida»gi Qonunga mos ravishda rivojlantirilmoqda. Bunday kreditlash qarz summasi qaytarish muddati va mablag'larni ajratish shakli bo'yicha bank kreditlashiga nisbatan qulay va samarali. Kredit uyushmasidan kredit olish uchun tadbirkor bu uyushmaga a'zo bo'lishi, qarz oluvchi sifatida va qarzni to'lash bo'yicha yaxshi obro'ga ega bo'lishi kerak.

Tijorat banklari orqali kredit olish tadbirkorlik faoliyatida tez uchrab turadi. Ko'plab banklarda kredit bo'limlar mavjud va ular kichik biznes ishining o'ziga xos sharoitlari bilan yaxshi tanish. Ular juda qattiq talablarni qo'yadilar, shuning uchun banklardan kredit olish qiyin. Bu talablarning asosiylari quyidagilar hisoblanadi:

Biznes konsepsiyasi texnik-iqtisodiy asosnomada aks etishi va unga bank ishonishi kerak. Ba'zan bank o'zining texnik-iqtisodiy asosnoma shaklini to'ldirishni talab etadi. Foiz stavkasi va kreditning o'zi foydadan qoplanadi, uning hisobi va asoslanishi texnik-iqtisodiy asosnomada aniq keltirilgan bo'lishi va kreditorlarni sizga kredit berishga ishontirib, ko'ndirishi kerak.

Bank kreditni ta'minlashni talab etadi va bu bilan o'zini xavfdan xoli qiladi. Kreditni ta'minlash quyidagilar yordamida amalga oshiriladi:

- banklarning kafolati;

- mulkni garovga qo'yish;
- kreditni qaytarilmaslik xavfidan sug'urtalashning sug'urta polisi;
- uch shaxs kafolati.

Qarz berishga buyurtmalarni ko'rib chiqishda hisobga olinadigan mulohazalar:

- qarz turi;
- qarzning maqsadi (ishlatilishi);
- kreditga layoqatlilik va vijdonlilik;
- zarur qobiliyatlarning mavjudligi;
- qarzni qoplash muddati;
- qarzni qaytarishni ta'minlash;
- kafolatlar;
- moslashuvchan loyihaning mavjudligi;
- bank xodimlari oldida mijozning nufuzi.

Agar fuqarolarning jalb qiladigan o'z mablag'i yetarli bo'lmasa, tadbirkor boshqa manbalardan qarz olishi mumkin. Qarz beruvchilar, odatda, o'zlari biladigan va ishonadigan kishilarga o'z korxonalarini tuzishga pul qarz berishadi. Qarz beruvchilar ehtiyotkordirlar va tavakkal qilish juda katta bo'lsa, pul berishmaydi. Ular kelajagi yo'q biznesga pul sarflab, ularni yo'qotishni istashmaydi. Shu sababli, ko'pchilik qarz beruvchilar biznes-rejani puxta ko'rib chiqishadi. Biznes-rejada korxonani tuzish va boshqarish tartibi, qancha pul talab qilinishi va korxonaga foyda keltira boshlagach, ular qanday ishlatilishi haqidagi ma'lumotlar aks etishi kerak.

Pul qarz olish zarurati tug'ilganda ko'p kishilar bankka borish haqida o'ylashadi. Ammo kichik korxonaning bankdan pul olishi oson kechmaydi. Banklar pulni yo'qotish tavakkali juda oz bo'lgandagina pul qarz berishadi. Odatda, ular uzoq vaqt mobaynida biladigan mijozlariga pul qarz berishadi.

Turli kredit muassasalari qarz so'rovchi kishi amal qilishi kerak bo'lgan turli qoidalar (amaliyotlar)ni belgilashadi. Kredit muassasalari potensial qarz oluvchilarga yordam berishni istashadi, ammo ular ayni vaqtda, berilgan mablag' qarz beruvchi bilan kelishilgan muddatlarda va shartlarda qaytarilishiga ishonishlari kerak. Qarz berishga buyurtmalarni ko'rib chiqishda e'tiborga olinadigan omillarni bilish zarur.

Kredit — qarzga pul olishning eng keng tarqalgan shakli hisoblanadi. Hozirgi vaqtda budjetdan tashqari fondlarning mablag'lari vakolatli banklar, ya'ni fondlar bilan kerakli bitimlarga ega bo'lgan banklar orqali ajratiladi. Shuningdek, istalgan holda

tadbirkor kredit yuzasidan to'g'ridan to'g'ri tijorat bankiga murojaat etadi va o'zining kredit dasturini tayyorlash hamda amalga oshirish bo'yicha barcha o'zaro aloqalarni u yoki bu bank tizimi bilan amalga oshiradi.

Ajratilish muddatiga ko'ra, kreditlar qisqa muddatli yoki uzoq muddatli bo'linadi. Ma'lumki, tijorat banklari kreditlash jarayonini kreditlash tamoyillari, ya'ni maqsadlilik, kreditni qaytarish layoqatini hisobga olish, muddatlilik, ta'minlanganlik va kafolatlanganlik tamoyillari asosida amalga oshiradi.

- *Qarzning maqsadli ishlatilishi:* buyurtmachi qarzni noqonuniy biznesga yoki hukumat ma'qullamaydigan biznesga yoxud tadbirkor o'z korxonasini ochmoqchi bo'lgan joydagi jamoa xushlamaydigan biznesga investitsiya qilmasligiga ishonish juda muhim.

- *Talab qilinadigan qobiliyatlarning mavjudligi:* ariza beruvchining biznes sohasidagi avvalgi faoliyati tarixi loyihani malakali va samarali amalga oshira olish bo'yicha tadbirkor layoqatining indikatori bo'ladi. Shaxsiy sifatlarni bilish qarz beruvchiga qarz oluvchi tomonidan qarzni maqsadli ishlata olinadimi yoki yo'qligi haqida tushuncha hosil qilishga yordam beradi.

- *Qarzni qaytarish muddati:* bu ham qarz beruvchi, ham qarz oluvchi nuqtayi nazaridan juda muhim talab. Qarz beruvchi qarz oluvchining u yoki bu muddatda pulni qaytarish haqidagi taklifi nechog'liq realligini bilishi kerak. Qarz beruvchi uni statistik va moliyaviy prognozlar tuzish yo'li bilan aniqlashi mumkin, shular asosida arizachiga qarzni qoplashning real muddatlari, shuningdek, boshqa holatlar — qarzning asosiy miqdorini qoplash uchun oylik badal kattaligi tavsiya qilinishi mumkin.

- *Ta'minot:* aniq qarz beruvchi uchun ta'minotning yoki garovning qaysi turi maqbul? Agar barcha qolgan shartlar bajarilsa ham, mabodo, bank tomonidan belgilangan pulni qaytarishni ta'minlash muddatlari va shartlari bajarila olinmaydigan holatda qarz beruvchi qarz bermasligi mumkin. Bu, ayniqsa, tijorat krediti olishga kimdir birinchi marta murojaat qilgan holatlarda adolatlidir.

- *Kafolatlar:* ayrim qarz beruvchilar ham ko'chmas mulk shaklida, ham moddiy aktivlar ko'rinishida, ham do'stlarning kafolatlari tarzida ta'minotni taqdim etishni talab qilishadi.

Siz kreditni boshqa manbalardan ham topishingiz mumkin, masalan, do'stlaringiz yoki oila a'zolaringizdan.

Lizing. Biznesingiz uchun jihozni lizing shartlariga ko'ra, olishingiz mumkin. Siz uchun jihoz sotib olib, uni ijaraga beruvchi lizing

kompaniyalari mavjud. Bu holda lizing kompaniyasi lizing beruvchi, siz lizing oluvchi, jihoz — lizing obyekt. Bunda sizga jihoz lizingining dastlabki davriga aylanma sarmoya va lizing to'lovlarini to'lash uchun faqat dastlabki sarmoya kerak bo'ladi.

Agar siz lizing asosida jihoz olmoqchi bo'lsangiz, jihoz bahosini o'zingizning dastlabki sarmoyangiz hisobidan chiqarib yuborishingiz hamda texnik-iqtisodiy asosnomangizga o'zgartirishlar kiritishingiz zarur.

To'g'ridan to'g'ri investitsiyalar. Dastlabki sarmoya sifatida to'g'ridan to'g'ri investitsiyalarni qo'llashingiz mumkin. Bu mablag'ni sizning hamkorlaringiz (jismoniy yoki huquqiy shaxslar) biznesingizga pay to'lovi sifatida kiritadi. Bu holda siz o'z foydangizni hamkorlaringiz bilan bo'lishasiz. Shuningdek, hamkorlar biznesni boshqarishda ham qatnashish huquqiga ega.

Grantlar. Ayrim mamlakatlarda boshlovchi tadbirkorlarga grantlar beriladi. Bu pul mablag'lari xususiy shaxslarga konkret bir ishni bajarishi uchun beg'araz beriladi. Shunday tashkilotlar borki, ular ham kreditlash va ham grantlash dasturi bo'yicha ish olib borishadi.

5.3. O'zbekistonda tadbirkorlik subyektlarini moliyalashtirishning o'ziga xos xususiyatlari

O'zbekistonda jahondagi kichik biznes tuzilmalarini rivojlantirish sohasidagi amaliy tajribalarni o'rganish va ijobiy yondashish negizida 1992-yildan boshlab, tadbirkorlarni moliyaviy qo'llab-quvvatlashning davlat tizimi shakllana boshladi va doimo takomillashtirib borilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi birinchi Prezidenti Islom Karimov mamlakatimizni 2015-yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2016-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasi majlisidagi ma'ruzasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida amalga oshirilgan islohotlar natijasini tahlil etar ekan, ta'kidlaganidek «... mamlakatimizda ishbilarmonlik muhitini yaxshilash borasida olib borayotgan ishlarimiz xalqaro iqtisodiy tashkilotlarning reytinglarida o'zining ijobiy ifodasini topmoqda. O'tgan yilning oktabr oyida Jahon banki «Biznes yuritish» reytingini e'lon qildi. Ana shu reytingda O'zbekiston faqat bir yilning o'zida 16 pog'onaga ko'tarilib, 87-o'rinni egalladi». Islom Karimov shuni alohida qayd etib o'tdiki, «... yangi biznesni qo'llab-quvvatlash» deb ataladigan mezon bo'yicha mamlakatimiz ayni paytda

jahonda 42-o'rinni, tuzilgan shartnomalar ijrosini ta'minlash bo'yicha 32-o'rinni, iqtisodiy nochor korxonalariga nisbatan qo'llanadigan bankrotlik tizimining samaradorligi bo'yicha 75-o'rinni egallab turibdi. «Kichik biznes subyektlariga kredit berish» deb nomlanadigan ko'rsatkich bo'yicha O'zbekiston so'nggi uch yilda 154-o'rindan 42-o'ringa ko'tarildi va o'tgan yilning o'zida reytingini 63 pozitsiyaga yaxshiladi»¹.

Birinchi Prezident Farmoniga muvofiq tuzilgan «Mikrokreditbank» hamda Kichik biznes rivojlanishiga ko'maklashish jamg'armasi xususiy tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlash va unga xizmat ko'rsatishni tashkil qilish bo'yicha davlat siyosatining asosiy vositalariga aylandi. Respublikamizda bank xizmatlaridan foydalanish darajasi xalqaro amaliyot ko'rsatkichlari doirasida bo'lib, 100 mingta katta yoshli aholiga to'g'ri keladigan bank muassasalari 49 tani tashkil qildi.

Kichik korxonalarining moliyaviy-xo'jalik faoliyatida mikromoliyalash katta o'rin tutadi. Mamlakatimizda amaldagi qonunchilikka muvofiq, mikromoliyalash — mikromoliyaviy xizmatlar ko'rsatuvchi tashkilotlarning qonun hujjatlarida belgilangan miqdordan oshmaydigan summada mikrokredit, mikroqarz, mikro-lizing berish, shuningdek, mikromoliyaviy xizmatlar ko'rsatish to'g'risidagi shartnomaga muvofiq boshqa xizmatlar ko'rsatishidir.

Jumladan, *mikrokredit* — qarz oluvchiga tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun eng kam ish haqining 1000 baravari miqdoridan oshmaydigan summada to'lovlilik, muddatlilik va qaytarish shartlari asosida beriladigan pul mablag'laridir. Mikrokredit qarz oluvchiga pul mablag'larini shartnomaga muvofiq muayyan maqsadlar uchun ishlatish shartlari asosida berilishi mumkin.

Mikroqarz deyilganda esa, mikrokredit tashkilotlari tomonidan jismoniy shaxs bo'lgan qarz oluvchiga eng kam ish haqining 100 baravari miqdoridan oshmaydigan summada muddatlilik va qaytarish shartlari asosida, shartnomada nazarda tutilgan hollarda esa to'lovlilik sharti asosida ham beriladigan pul mablag'laridir.

Kichik korxonalar uchun mikrolizing xizmati ham ko'rsatiladi. Mikrolizing mikromoliyaviy xizmatlar ko'rsatuvchi tashkilot

¹ Bosh maqsadimiz — mavjud qiyinchiliklarga qaramasdan, olib borayotgan islohotlarni, iqtisodiyotimizda tarkibiy o'zgarishlarni izchil davom ettirish, xususiy mulkchilik, kichik biznes va tadbirkorlikka yanada keng yo'l ochib berish hisobidan oldinga yurishdir. «Xalq so'zi» gazetasi, 2016-yil 16-yanvar.

tomonidan lizing oluvchining topshirig‘iga binoan uchinchi tarafdin mol-mulk olish hamda unga egalik qilish va foydalanish uchun lizing oluvchiga shartnomada belgilangan shartlar asosida haq evaziga berish nazarda tutiladigan xizmatdir. Mikrolizing tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun eng kam ish haqining 2000 baravari miqdoridan oshmaydigan summada beriladi¹.

Xususan, «Mikrokredit» banki tomonidan mikromoliyalashtirishning quyidagi xizmatlari ko‘rsatiladi (5.3.1-jadval):

5.3.1-jadval

«Mikrokreditbank»ning mikromoliyalashtirish xizmatlari¹

Mikromoliyalashtirish turlari	Kredit summasi	Yillik foiz	Mud-dati	Kimga beriladi
Mikrokredit	Eng kam ish haqining 50 baravarigacha	3,0	18 oy	Yuridik shaxs maqomiga ega bo‘lmagan xususiy tadbirkorlarga
Mikrokredit	Eng kam ish haqining 100 baravarigacha	3,0	18	Mikrofirmalar, dehqon xo‘jaliklariga
Mikrokredit	Eng kam ish haqining 200 baravarigacha	3,0	18	Fermer xo‘jaliklariga
Mikrokredit	Eng kam ish haqining 500 baravarigacha	O‘zR MBning qayta moliyalashtirish % stavkasi yarmidan kam bo‘lmagan miqdorda	24	Kichik biznes subyektlariga aylanma mablag‘larni to‘ldirish va biznesni rivojlantirish uchun
Lizing	Eng kam ish haqining 2000 baravarigacha	5,0	3 yilgacha	Kichik biznes subyektlariga

Bundan tashqari, kichik korxonalariga budjetdan tashqari jamg‘armalar kredit liniyalari hisobidan ham mikrokreditlar ajratiladi. Jumladan, ularga boshlang‘ich sarmoyani shakllantirish uchun mikrokreditlar beriladi. Mazkur mikrokreditlar yangidan ochilgan va davlat ro‘yxatidan o‘tkazilgan kundan 6 oydan osh-

¹ O‘zbekiston Respublikasining «Mikromoliyalashtirish to‘g‘risida»gi Qonuni //http://www.lex.uz

² «Mikrokreditbank» aksiyadorlik-tijorat bankining ma‘lumotlari // http://www.mikrokreditbank.uz

magan davr mobaynida kredit olish uchun bankka buyurtma bergan, yuridik shaxs maqomini olib faoliyat ko'rsatayotgan kichik korxonalariga aylanma mablag'larni shakllantirishga, investitsiya loyihasining texnik-iqtisodiy asoslanishini ishlab chiqishga, asbob-uskunalar sotib olish maqsadlariga uch yilgacha muddatga beriladi. Bunda foiz stavkasi Markaziy bankning amaldagi qayta moliyalash stavkasining oltidan bir qismi miqdorida belgilanadi.

Mikrokredit summasi yuridik shaxs maqomini ko'rsatayotgan mikrofirmalarga eng kam oylik ish haqining 150 baravarigacha va kichik korxonalariga eng kam oylik ish haqining 300 baravarigacha bo'lgan miqdordagina tashkil etadi.

Mamlakatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyalashtirishni yaxshilash, mikromoliyalash sohasini rivojlantirish maqsadida tijorat banklarining Imtiyozli kredit berish maxsus jamg'armasi ham tashkil etilgan. Mazkur jamg'arma mablag'lari, asosan, olib va yetib borish qiyin bo'lgan tumanlarda, shuningdek, mehnat resurslari keragidan ortiq bo'lgan tumanlar hamda shaharlardagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohaslarida, ishlab chiqarish mikrofirmalari, kichik korxonalar, dehqon hamda fermer xo'jaliklarida yuqori texnologik va innovatsion loyihalarni moliyalash uchun ajratiladi¹.

Bankning imtiyozli kreditlash maxsus jamg'armasi mablag'lari hisobidan tadbirkorlik subyektlariga kreditlar Markaziy bankning amaldagi qayta moliyalash stavkasining 50 % dan (yillik 4,5) yuqori bo'lmagan foiz stavkasi bilan:

- xomashyo va materiallar, yarimtayyor mahsulotlar hamda boshqa ishlab chiqarish zaxiralari xarid qilish uchun zarur bo'lgan aylanma mablag'larni to'ldirishga 1 yil muddatgacha;
- qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini tashkil etish uchun aylanma mablag'larni to'ldirishga kamida 2 yil muddatga;
- investitsiya loyihalarini mablag' bilan ta'minlash uchun 5 yil muddatga ajratiladi.

Imtiyozli kreditlash maxsus jamg'armasi mablag'lari hisobidan kredit olish uchun tijorat banklariga quyidagi hujjatlar taqdim qilinishi lozim:

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2011-yil 11-martdagi «Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini kreditlash hajmlarini oshirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi Qarori //http://www.lex.uz

- qarzdor tomonidan imzolangan va kredit berilishidan oldingi sana qo'yilgan, kreditdan foydalanish maqsadlari bayon etilgan va kredit ta'minlangan holda garov mavzusi ko'rsatilgan ariza;

- imtiyozli kreditning butun muddati uchun pul oqimlari prognozi majburiy tartibda ko'rsatilgan biznes-reja;

- qarz oluvchi (yuridik shaxslar uchun) ro'yxatga olingan joydagi davlat soliq inspeksiyasining balans qabul qilinganligi to'g'risidagi yozuv mavjud bo'lgan oxirgi hisobot davri uchun buxgalteriya balansi, debitorlik va kreditorlik qarzlari to'g'risidagi ma'lumotnoma, shuningdek, 90 kundan ortiq muddatdagi qarzdorlik bo'yicha taqqoslash dalolatnomalari.

Tijorat banklari tomonidan imtiyozli kreditlar qaytarilishini ta'minlash sifatida kredit shartnomasi bo'yicha sotib olinadigan minitexnologiyalar va ixcham asbob-uskunalar ular qiymatining 80 % miqdorida garov uchun qabul qilinadi. Imtiyozli kreditning minitexnologiyalar va ixcham asbob-uskunalar garovi bilan qoplanmagan qismi uchun qarz oluvchi ta'minlashning quyidagi turlaridan bir yoki bir nechtasini taqdim etadi:

- mol-mulk yoki qimmatli qog'ozlar garovi;
- bank yoki sug'urta tashkilotining kafolati;
- uchinchi shaxslar kafilligi;
- qarz oluvchining kreditni so'ndirmasligi xavfi sug'urtalangani to'g'risida sug'urta kompaniyasining sug'urta polisi.

Mamlakatimizda hukumatimiz tomonidan yoshlarni, ayniqsa, kasb-hunar kollejlari bitiruvchilarining tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishlari, buning uchun moliyaviy mablag'lar topishlari borasida qulay imkoniyatlar yaratilmoqda. Tijorat banklari tomonidan kasb-hunar kollejlari bitiruvchilariga mikro kreditlar berish bo'yicha qator me'yoriy-huquqiy hujjatlar ishlab chiqildi va joriy etilmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi tomonidan 2016-yil 3-fevralda ro'yxatdan o'tkazilgan, ro'yxat raqami 2758 bo'lgan O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki boshqaruvining 2016-yil 16-yanvardagi «Tijorat banklari tomonidan kasb-hunar kollejlari bitiruvchilariga mikro kreditlar berish tartibi to'g'risidagi nizomini tasdiqlash haqida»gi 1/10-qarori qabul qilindi. Bu bilan kasb-hunar kollejlari bitiruvchilarining tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishlari uchun faoliyatlarini moliyalashtirish imkoniyatlari yanada kengaydi.

TAYANCH SO‘Z VA IBORALAR

Kadr; boshqaruv kadrlari; kadrlar siyosati; ishchilar; xizmatchilar; kadrlarga umumiy ehtiyoj; bazali ehtiyoj; ishga qabul qilish; xodimni yo‘naltirish; xodimlarni yollash; boshqarish ko‘nikmalarini takomillashtirish; vaqtni boshqarish; sotish siyosati; omadli sotuvchi; potensial xaridor; ta‘minotchilarni tanlash; yangi texnologiya; texnologik samaradorlik; resurs samaradorligi; rentabellik, boshlang‘ich sarmoya; investitsion sarmoya; aylanma kapital; moliyaviy mablag‘lar; moliyaviy mablag‘lar manbayi; kredit muassasalari, mikrokredit; mikroqarz; mikrolizing; investitsiya, grant; kredit uyushmalari.



NAZORAT SAVOLLARI

1. Xodimlarni ishga qabul qilishning qanday mezonlari bor?
2. Biznesda kadrlar siyosati qanday olib borilishi kerak?
3. Vaqtdan samarali foydalanishning qanday yo‘llari mavjud?
4. Korxonaga (firma) uchun sotishni boshqarish qanchalik ahamiyatga ega?
5. Sotish siyosati nima va u nimalarni o‘z ichiga oladi?
6. Korxonalarning ta‘minotchilar bilan bo‘ladigan munosabatlarining zarurati nimada?
7. Qanday qilib ta‘minotchilarni tanlash mumkin?
8. Yangi texnologiya bozorni kengaytirishga qanday yordam berishi mumkin?
9. Qanday moliyaviy mablag‘lar evaziga korxonani tashkil etish mumkin?
10. Biznesni moliyalash manbalariga nimalar kiradi?
11. O‘zbekistonda tadbirkorlik subyektlarini moliyalashtirishning o‘ziga xos qanday xususiyatlari mavjud?

6-bob. BIZNESNI MOLIYAVIY REJALASHTIRISH VA SUG'URTA

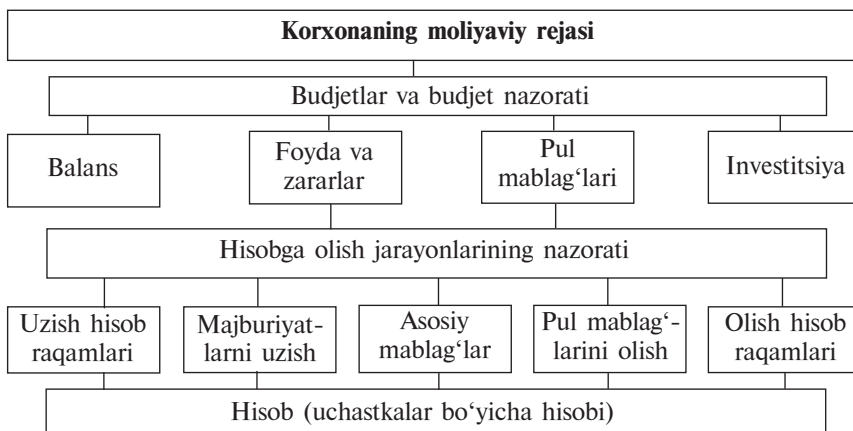
6.1. Moliyaviy rejalashtirish: daromad va xarajatlar rejasi

Biznesning boshlanishida foyda olmaysiz. Biznes tovar yoki xizmatlarni sotishdan real daromad keltirgunicha, ma'lum bir vaqt o'tishi kerak. O'z biznesingizni ochishda ikki qoidani yodda tutishingiz kerak: foyda bilan ishlash va mablag'siz qolmaslik kerak. Dastlabki vaqtda zararga ishlashingiz ham mumkin. Sizning dastlabki sarmoyangiz bu davrga yetishi kerak.

Bu vaqtga kelib, dastlabki sarmoyangiz to'la ishlatilib bo'lganligi sababli, sizning foydangiz korxonangiz bilan bog'liq xarajatlarni qoplashi kerak, aks holda boringizni yo'qotasiz. Bu narsa ro'y bermasligi uchun, foyda va naqd pul harakati bo'yicha batafsil reja tuzishingiz kerak. Siz sotish, sarf, naqd pul harakatini nazorat qilishingiz lozim. Bundan maqsad — barcha narsaning qat'iy ravishda sizning rejangizga mos kelishi. Agar mos kelmasa, tegishli qat'iy qarorlarni qabul qilish kerak.

Moliyaviy holatni nazorat qilish uchun siz quyidagi harakatlarni amalga oshirishingiz kerak.

1. Daromad va sarflarning rejasini tuzish.
2. Naqd pullar harakati rejasini tuzish.
3. Bu rejalarni hisobga qo'yish qaydlari bilan taqqoslash.



Daromad va xarajatlar rejasi — bu bir oy davomida siz rejalashtirayotgan foyda va xarajatlar rejasi. Xarajatlarni biroz ko‘proq, daromadlarni esa biroz kamroq rejalashtiring. Bu agar sizning ishlaringiz boshlanishida yaxshi ketmasa, sizning biznesingizni muvaffaqiyatsizlikdan saqlaydi. O‘zingizning faraz va gumonlaringizga suyanib qolmang. Ta‘minotchilar va sizning biznesingizga o‘xshash faoliyatda mashg‘ul odamlar bilan suhbatlashishdan tortinmang. Rejani tuzishda har qanday axborotni toping va undan foydalaning.

Korxonaning ishlab chiqarish xarajatlari deb, mahsulotni ishlab chiqarish va realizatsiya qilish bilan bog‘liq xarajatlarga yoki davr xarajatlariga aytiladi. Mahsulot (ish, xizmat)lar ishlab chiqarish tannarxiga bevosita mahsulot (ish, xizmat)larni ishlab chiqarish bilan bog‘liq bo‘lgan, ishlab chiqarish texnologiyasi va uni tashkil etish bilan shartlangan xarajatlar kiritiladi. Ularga quyidagilar tegishli bo‘ladi: bevosita va bilvosita moddiy xarajatlar, bevosita va bilvosita mehnat xarajatlari, boshqa bevosita va bilvosita xarajatlar, shu jumladan, ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo‘lgan ustama xarajatlar.

Bevosita xarajatlar — bu korxonaning faqat mahsulot ishlab chiqarish, xizmatlar ko‘rsatish yoki qayta sotish uchun tovarlar xarid qilish jarayonida paydo bo‘ladigan xarajatlaridir. Bu xarajatlar ko‘rsatiladigan xizmatlar, ishlab chiqariladigan yoki qayta sotiladigan mahsulotlar hajmiga bevosita bog‘liqdir.

Bevosita xarajatlar ikki kichik guruhga bo‘linadi:

Bevosita moddiy xarajatlar. Mahsulot ishlab chiqarishga ketadigan, xizmatlar ko‘rsatishda ishlatiladigan, qayta sotish uchun sotib olinadigan barcha xarajatlar bevosita moddiy xarajatlarga kiradi.

Bevosita mehnatga haq to‘lash xarajatlari. Mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatish jarayonida ishtirok etuvchi barcha xodimlar va yordamchilar mehnatiga haq to‘lash. Bunga ijtimoiy ta‘minot xarajatlari ham kiradi.

Bilvosita xarajatlar — bu korxonaning amaliy faoliyati jarayonida paydo bo‘luvchi bevosita xarajatlarga kirmaydigan barcha qolgan xarajatlardir. Ularni bevosita biron mahsulot yoki xizmatga taalluqli, deb bo‘lmaydi, masalan, idora binolari ijarasi, buxgalterga ish haqi, bank kreditidan foydalanganlik uchun foizlar to‘lash, telefon haqlarini to‘lash, yong‘indan sug‘urtalash, avtomobilni sug‘urtalash va h.k. Ulgurji va chakana savdo sohasida xodimlarga sarflangan barcha xarajatlar bilvosita xarajatlar hisoblanadi.

Bir birlik mahsulot yoki xizmat qiymatini hisoblash uchun bilvosita xarajatlarni mutanosib taqsimlash kerak. Agar korxonada bir turdagi mahsulot ishlab chiqarsa yoki bir xil turdagi xizmat ko'rsatsa yoxud agar ishlab chiqariladigan mahsulotlar o'zaro juda o'xshash bo'lsa, masalan, stullar, karavotlar, shimlar yoki ko'ylaklar, bilvosita xarajatlarni mahsulotlar soniga bo'lish kerak, bu miqdor bevosita xarajatlarga qo'shiladi. Shunday qilib, bir birlik mahsulot ishlab chiqarishga ketgan umumiy xarajatlar miqdori aniq bo'ladi (tannarx).

Xizmat ko'rsatish sohasida bilvosita xarajatlar, odatda, ish vaqti asosida hisoblanadi va xizmat ko'rsatishga ketgan vaqtga qo'shiladi. Bilvosita xarajatlar yo'ldosh xarajatlar, deb ham ataladi. Bevosita va bilvosita xarajatlar o'rtasidagi aniq tafovutni belgilash ko'pincha juda murakkab bo'ladi. Masalan, mebel sanoatida ishlatiladigan yelimni olaylik: bitta stulni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan uning miqdori shunchalar kamki, pul bilan ifodalaganda qiymatning arzimaydigan foizini tashkil etadi. Shu sababli, yelimni qadoqlash xarajatlari bilvosita xarajatlar hisoblanadi. Yana misol: agar yordamchi bir necha ishchiga yordam bersa, uning ish haqini faqat bitta mahsulot qiymatiga kiritib bo'lmaydi. Shu sababli bunday yordamchining mehnatiga haq to'lash xarajatlari ham bilvosita xarajatlar hisoblanadi.

Mahsulot yoki xizmatga xarajatlarning umumiy miqdori:

$$\text{Bevosita moddiy xarajatlar miqdori} + \text{Mehnatga haq to'lashga bevosita xarajatlar miqdori} = \text{Mahsulot ishlab chiqarishga yoki xizmatlarga xarajatlarning umumiy miqdori.}$$

Korxonalarda ishlab chiqarish xarajatlari va soliqqa tortish hisobini tartibga soluvchi asosiy hujjat O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 5-fevraldagi 54-qarori bilan tasdiqlangan «Mahsulot (ishlar, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari tarkibi hamda moliyaviy natijalarni shakllantirish tartibi to'g'risidagi Nizom» bo'lib hisoblanadi.

Ishlab chiqarish xarajatlari guruhi iqtisodiy mazmuniga ko'ra, mahsulot (ish, xizmat)lar tannarxining tarkibini tashkil etuvchi quyidagi elementlarga bo'linadi:

1. Ishlab chiqarish moddiy xarajatlari (qaytariladigan chiqindilar qiymati chegirilib tashlangan holda).

2. Ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo'lgan mehnat haqi xarajatlari.

3. Ishlab chiqarishga taalluqli ijtimoiy sugʻurta ajratmalari.
4. Ishlab chiqarish ahamiyatiga ega boʻlgan asosiy vositalar va nomoddiy aktivlar eskirishi.

5. Ishlab chiqarish ahamiyatiga ega boʻlgan boshqa xarajatlar.
Ishlab chiqarish moddiy xarajatlari elementi tarkibiga ishlab chiqariladigan mahsulotning asosini tashkil etuvchi yoki mahsulotni tayyorlash (ishlarni bajarish va xizmatlarni koʻrsatish)da zarur tarkibiy qism hisoblangan, chetdan sotib olingan xomashyo va materiallar, butlovchi buyumlar va yarimtayyor mahsulotlar, ish va xizmatlar hamda Nizomda belgilangan boshqa xarajatlar kiradi.

Ishlab chiqarishdagi mehnatga haq toʻlash xarajatlariga quyidagi moddalar kiradi:

- korxonada qabul qilingan mehnatga haq toʻlash shakl va tizimlariga muvofiq ishbay haqlari, tarif stavkalari va mansab okladlari asosida haqiqiy bajarilgan ishlar uchun ishlab chiqarishdagi hisoblangan ish haqi;

- natura shaklida haq toʻlash tartibi boʻyicha beriladigan mahsulot qiymati;

- amaldagi tartiblarga koʻra, ragʻbatlantiruvchi toʻlovlar, jumladan, ishlab chiqarish natijalari uchun mukofotlar (natural mukofotlarni qoʻshgan holda) tarif stavkalari va okladlarga kasb mahorati uchun qoʻshimcha ustama toʻlovlar, amaldagi qonunchilikka muvofiq koʻp yillik xizmatlari uchun (shu xoʻjalikda bir ixtisoslikdagi ish staji uchun) ishlab chiqarish xodimlariga beriladigan taqdirlanishlar, mukofotlar (kasb mahorati uchun tarif stavkalar va okladlarga nisbatan), ustama toʻlovlar, harakatdagi qonunchilikka muvofiq koʻp yillik xizmatlari uchun ishlab chiqarish xodimlariga beriladigan taqdirlashlar;

- ish rejimi va mehnat sharoitlari bilan bogʻliq tovon toʻlovlari, jumladan, tungi ish vaqti, ish vaqtdan soʻnggi ish uchun toʻlovlar.

Ishlab chiqarishga taalluqli ijtimoiy sugʻurta ajratmalari. Bu elementga budjetdan tashqari majburiy fondlarga qonunchilik bilan belgilangan meʼyorlarga muvofiq ajratiladigan toʻlovlar kiradi. Masalan, mehnat haqi fondidan sugʻurta fondiga majburiy ajratmalar, nodavlat pensiya jamgʻarmalariga, ixtiyoriy tibbiy sugʻurta va sugʻurtaning boshqa turlariga ajratmalar, bandlik xizmatiga ajratmalar shular jumlasidandir.

Ishlab chiqarish ahamiyatiga ega boʻlgan asosiy vositalar va nomoddiy aktivlar eskirishi. Ushbu element boʻyicha xarajatlar tarkibiga asosiy ishlab chiqarish vositalarining, shu jumladan,

moliyaviy lizing asosida olinganlarni ham qo'shgan holda dastlabki (tiklash) qiymatiga nisbatan belgilangan tartibda tasdiqlangan me'yorlar, jadallashtirilgan amortizatsiyani ham qo'shib, hisoblangan amortizatsiya ajratmalari (hisoblangan eskirish) summalari kiradi.

Ta'kidlash joizki, 5-«Asosiy vositalar» nomli BHMSga muvofiq, asosiy vositalarga amortizatsiya hisoblashning quyidagi usullari tavsiya qilinadi:

1. Bir tekis (to'g'ri chiziqli) usul.

2. Bajarilgan ishlar hajmiga mutanosib usul (ishlab chiqarish usuli).

3. Asosiy vositalar foydali xizmat qilish muddati yillar sonining yig'indisi bo'yicha hisobdan o'chirish usuli (kumulativ usul).

4. Kamayib boruvchi qoldiq usuli.

Ishlab chiqarish ahamiyatiga ega bo'lgan boshqa xarajatlar. Bularga, jumladan, ishlab chiqarish jarayonlariga xizmat ko'rsatish xarajatlari; ishlab chiqarishni xomashyo, materiallar, yoqilg'i, energiya, dastgohlar, moslamalar va boshqa mehnat vositalari hamda buyumlari bilan ta'minlash xarajatlari; asosiy ishlab chiqarish vositalarini ishchi holatida saqlash xarajatlari; asosiy ishlab chiqarish vositalarini xo'jalik usuli bilan barcha turdagi (joriy, o'rta, kapital) ta'mirlashlar ishlab chiqarish xarajatlarining tegishli moddalari bo'yicha mahsulot (ish, xizmat)lar tannarxiga kiritiladi.

Amaldagi Nizomga muvofiq, xo'jalik yurituvchi subyektlarning barcha xarajatlari quyidagi guruhlariga ajratiladi:

1) mahsulot ishlab chiqarish tannarxiga qo'shiladigan xarajatlar;

2) ishlab chiqarish tannarxiga qo'shilmaydigan xarajatlar, ammo davr xarajatlariga qo'shiladigan xarajatlar (asosiy faoliyatdan ko'rilgan foydani aniqlash uchun);

3) korxonaning umumxo'jalik faoliyatidan ko'rgan foyda yoki zararini aniqlashda hisobga olinadigan moliyaviy faoliyat xarajatlari;

4) favqulodda zarar (soliq to'lashga qadar aniqlanadigan foydani hisoblashda ishtirok etadigan).

Xo'jalik yurituvchi subyektlarning xarajatlarini yuqoridagi tarkib bo'yicha guruhlanganda, har bir guruh xarajatlari quyidagicha turkumlanadi:

1. *Mahsulot ishlab chiqarish tannarxiga qo'shiladigan xarajatlar quyidagicha turkumlanadi:*

a) bevosita va bilvosita moddiy xarajatlar;

b) bevosita va bilvosita mehnat xarajatlari;

d) ishlab chiqarishdagi ma'muriy xarajatlar.

2. *Davr xarajatlari quyidagicha turkumlanadi:*

a) sotish bo'yicha xarajatlar;

b) boshqaruv xarajatlari;

d) boshqa muomala xarajatlari va zararlar.

3. *Moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar quyidagicha turkumlanadi:*

a) foizlar bo'yicha sarflar;

b) chet el valutasini kursi o'zgarishidan ko'rilgan zarar;

d) qimmatli qog'ozlarga qo'yilgan mablag'larni qayta baholashdan ko'rilgan zarar;

e) moliyaviy faoliyat bo'yicha boshqa sarf-xarajatlar.

4. *Favqulodda zararlar, odatda, turkumlanmaydi.*

Ishlab chiqarish xarajatlari. Mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlarga ishlab chiqarish xarajatlari, deb ataladi. Ularga quyidagilar kiradi:

- material xarajatlari;
- mehnat haqi xarajatlari;
- ishlab chiqarish bilan bog'liq ma'muriy xarajatlar.

Bevosita material xarajatlari mehnat haqi bilan birgalikda dastlabki xarajatlarni tashkil etadi. Mehnat haqi va ishlab chiqarish xarakteridagi ma'muriy boshqaruv xarajatlari birgalikda konversiya xarajatlarni tashkil etadi. Material xarajatlari konversiya xarajatlari bilan birgalikda to'liq ishlab chiqarish tannarxini tashkil etadi.

Noishlab chiqarish xarajatlari. Ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan barcha xarajatlarga noishlab chiqarish xarajatlari deb ataladi. Ular tarkibiga sotish bilan bog'liq xarajatlar, ilmiy tekshirish va tadqiqot xarajatlari, umumiy va ma'muriy boshqaruv xarajatlari, boshqaruv xarajatlari, olingan kredit uchun foiz to'lovlari va boshqa ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan xarajatlar kiritiladi.

Xo'jalik yurituvchi subyektlarning faoliyatidagi xarajatlarni yuqoridagi ko'rinishda turkumlash bilan bir qatorda, yana quyidagi xususiyatlari bo'yicha ham tasniflab chiqishimiz mumkin.

Yuzaga chiqish shakliga ko'ra:

- asosiy ishlab chiqarish xarajatlari;
- moliyaviy faoliyat bo'yicha xarajatlar;
- tasodifiy, favquloddagi xarajatlar.

Mahsulot tannarxiga qo'shilishiga ko'ra:

- mahsulot ishlab chiqarish tannarxiga kiritiladigan xarajatlar;
- mahsulot ishlab chiqarish tannarxiga kiritilmaydigan xarajatlar.

Yuzaga chiqish o'zni bo'yicha:

- bo'lim bo'yicha qilingan xarajatlar;
- sex bo'yicha qilingan xarajatlar;
- uchastka bo'yicha qilingan xarajatlar va h.k.

Sotish hajmiga hisobdan chiqarilishiga ko'ra:

- mahsulot ishlab chiqarish xarajatlari;
- davr xarajatlari.

Davriga ko'ra:

- joriy davr xarajatlari;
- kelgusi davr xarajatlari.

Soliqqa tortiladigan foyda summasini aniqlashda hisobga olinishiga ko'ra:

- soliqqa tortiladigan bazaga qayta qo'shiladigan doimiy tafovutlar;
- soliqqa tortiladigan bazaga qo'shiladigan davri bo'yicha tafovutlar;
- soliqqa tortiladigan bazani aniqlashda hisobga olinmaydigan xarajatlar.

Mahsulot hajmining o'zgarishiga muvofiq:

- o'zgaruvchan xarajatlar;
- o'zgarmas xarajatlar.

Mahsulot tannarxiga qo'shilishiga qarab:

- to'g'ri xarajatlar (bevosita);
- egri xarajatlar (bilvosita).

Moliyaviy natijalarga daxlsizligi bo'yicha:

- foyda hisobidan qoplanadigan xarajatlar.

Har qanday firmaning asosiy maqsadi foydani maksimal-lashtirishdan iboratdir. Umumiy holda foyda yalpi daromaddan umumiy xarajatlarni ayirish orqali topiladi:

$$\pi = TR - TC, \quad (6.1.1)$$

bu yerda, π — foyda; TR — umumiy daromad; TC — umumiy xarajat.

Xarajatlar firmaga nisbatan tashqi va ichki xarajatlarga bo'linadi. Tashqi xarajatlarga tashqi to'lovlar, ya'ni tashqi mol yetkazib beruvchilarga (xomashyo, materiallar, elektrenergiya, gaz) to'lovlar kiradi. Umumiy daromaddan tashqi xarajatlarni ayirib tashlasak, buxgalteriya foydasini olamiz. Buxgalteriya foydasi ichki (yashirin) xarajatlarni hisobga olmaydi.

Ichki xarajatlar sifatida quyidagilar qaraladi:

- 1) tadbirkorning o'ziga tegishli resurslarga bo'lgan xarajati;

2) tadbirkorlik qobiliyatiga to'g'ri keladigan va tadbirkorga tegishli bo'lgan normal foyda. Buxgalteriya foydasidan ichki xarajatlarni ayirib tashlasak, iqtisodiy foydani olamiz.

Tashqi va ichki xarajatlarning yig'indisi muqobil yoki iqtisodiy xarajatlarni tashkil qiladi. Muqobil xarajatlar — firmaning resurslaridan eng yaxshi variantda foydalanishi bilan bog'liq yo'qotilgan imkoniyatlardir. Iqtisodiy xarajatlar firma faoliyatini buxgalter va iqtisodchi tomonidan baholanishni farq qilishga imkon beradi. Buxgalterni, birinchi navbatda, firmaning ma'lum muddat davomidagi (hisobot davrida) faoliyati natijalari qiziqtiradi. Iqtisodchini esa firmaning kelajagi, uning kelajakdagi faoliyati qiziqtiradi. Shuning uchun ham firma ixtiyoridagi resurslardan eng yaxshi muqobil foydalanish variantlarini topishga e'tibor beradi.

Qaytarilmaydigan xarajatlar. Qaytarilmaydigan xarajatlar oldin qilingan xarajatlar bo'lib, ularni qaytadan tiklash mumkin emas. Bu xarajatlar qaytarilmasligi uchun ham firmaning qaror qabul qilishiga ta'sir qilmaydi. Masalan, firma 100 ming so'mga maxsus uskuna sotib oldi, lekin tez orada firmaning qarori o'zgarib, bu uskuna umuman kerak bo'lmay qoldi, undan muqobil foydalanish varianti mavjud emas. Firma ushbu uskunani 60 ming so'mga sotib, 40 ming so'm zarar ko'rdi. 40 ming so'm qaytarilmaydigan xarajat hisoblanadi va firmaning harakatiga ta'sir qilmaydi.

O'zgarmas xarajat (FC — fixed cost) — bu qisqa muddatli oraliqda mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajaddir (mahsulot ishlab chiqarish hajmi oshganda ham, kamayganda ham o'zgarmaydigan xarajat). O'zgarmas xarajatlarga binodan, texnikadan, inshootlardan, ishlab chiqarish uskunalaridan foydalanish bilan bog'liq xarajatlar, ijara haqi, kapital ta'mirlash, ma'muriy xarajatlar kiradi.

O'rtacha o'zgarmas xarajat (AFC — Average Fixed Cost) — bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan o'zgarmas xarajat bo'lib, u quyidagicha aniqlanadi:

$$AFC(Q) = \frac{FC}{Q}. \quad (6.1.2)$$

O'rtacha o'zgarmas xarajat mahsulot hajmi (Q) oshishi bilan kamayib boradi.

O'zgaruvchan xarajat (VC — Variable Cost) — mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lgan xarajat, ya'ni mahsulot hajmi oshganda yoki kamayganda o'zgaradigan xarajat. O'zgaruvchan xarajat Q ga bog'liq funksiya bo'lib, $VC(Q)$ ko'rinishida yozilishi mumkin.

O'zgaruvchan xarajatlarga — xomashyo, elektrenergiya, gaz, yordamchi materiallarga bo'lgan xarajatlar hamda ish haqi kabilar kiradi.

O'rtacha xarajatlar shunday xususiyatga egaki, ishlab chiqarishning boshlang'ich qismida uning o'sish sur'ati mahsulot ishlab chiqarish sur'atidan yuqori bo'ladi, ishlab chiqarish hajmi optimal o'lchovga erishganda o'zgaruvchan xarajatlar kamayib, undan keyin yana oshadi.

O'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar (AVC — Average Variable Cost) — bir birlik ishlab chiqarilgan mahsulotga to'g'ri keladigan o'zgaruvchan xarajat bo'lib, u o'zgaruvchan xarajat miqdorining ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga nisbati bilan aniqlanadi. O'rtacha xarajatlar firma optimal texnologik hajmga (optimal ishlab chiqarish hajmiga) erishganda o'zining minimal qiymatiga erishadi, ishlab chiqarish hajmi yana oshsa, o'rtacha xarajat ham oshib boradi (bu yerda boshqarishning murakkablashuvi, samarali bo'lmagan resurslardan foydalanish, o'zgaruvchan xarajatlarning oshishiga sabab bo'ladi). O'rtacha o'zgaruvchan xarajat firma faoliyatini tahlil qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. Uning yordamida firma faoliyatining samaradorligi, firmaning muvozanat holati va kelajakdagi istiqboli (ishlab chiqarishni kengaytirish, qisqartirish yoki tarmoqdan chiqish) belgilanadi.

Umumiy xarajatlar (TC — Total Cost) — qisqa muddatli oraliqda ma'lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlarning yig'indisiga teng:

$$TC=FC+VC(Q) \quad (6.1.3)$$

bu yerda, FC — o'zgarmas xarajat; $VC(Q)$ — o'zgaruvchan xarajat.

O'rtacha xarajatni ba'zi hollarda TC o'rniga C bilan ham belgilanadi. O'rtacha umumiy xarajatlarni umumiy xarajatni ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlash mumkin:

$$ATC(Q) = \frac{TC}{Q}. \quad (6.1.4)$$

O'rtacha umumiy xarajatlar firma faoliyatini tahlil qilishda asosiy ko'rsatkichlardan biri hisoblanadi. O'rtacha umumiy xarajat bilan narx o'rtasidagi farq orqali firmaning olayotgan foydasi yoki zarari aniqlanadi.

Xarajatlar funksiyasi grafiklari bir-biriga nisbatan shunday joylashganki, boshlanishda chekli xarajatlar kamayib boradi (bu yerda

asosiy sabab, ishlab chiqarish masshtabi kengayishining musbat samarasi va optimal texnologik ishlab chiqarish hajmiga chiqish hamda o'zgarmas xarajatlarning kamayishi). Optimal hajmdan keyingi ishlab chiqarish hajmining o'sishida kam samarali resurslarni ishlab chiqarishga jalb qilish, ishlab chiqarish masshtabi ortiqcha kengayishi natijasida boshqaruv samaradorligining kamayishi, xarajatlarning ortishi natijasida chekli xarajatlar o'sib boradi.

Tadbirkor o'z korxonasining oy va yil mobaynidagi xarajatlari umumiy miqdorini ham bilishi kerak. Bu juda muhim ma'lumot, chunki u korxonada xarajatlarning tarkibini va qaysi sohada xarajatlar ortiqcha yuqoriligini ko'rsatadi. Bunday axborotga ega bo'lgan tadbirkor xarajatlarni kamaytirishga va o'z raqobatbardoshligini oshirishga intilishi mumkin.

O'z biznesini boshlayotgan tadbirkor o'z korxonasining kamida bir yillik umumiy xarajatlarini aniqlashi, sotishdan rejalashtirilayotgan daromadlar xarajatlarni qoplay olish-olmasligini tushunishi kerak. Tadbirkor hamisha kelajakka qarashi va o'z biznesini rivojlantirishni hisoblashi kerak.

Sotish rejasidan kelib chiqib, u ishlab chiqariladigan va sotiladigan mahsulot hajmini hisoblashi, mavsumiy chekinishlarning, sotish hajmlarining kamayishi yoki oshishi mavjudligini ko'rishi mumkin. Binobarin, bevosita sarflar o'zgaradi, bilvosita xarajatlar esa o'z darajasida qoladi.

Xodimlar mehnatiga haq to'lash, moddiy sarflar va boshqa sarflar ishlab chiqarish xarajatlariga qo'shiladi, ularning miqdori korxonaning ishlab chiqarish faoliyatiga bog'liq bo'ladi. Ayni vaqtda asosiy kapital sarflari ishlab chiqarishga umuman bog'liq bo'lmaydi.

_____yil uchun oylik sarflar prognozi

Sarflar toifalari	Yanvar	Fevral	Mart	April	May	Iyun	Iyul	Avqust	Sentabr	Oktabr	Noyabr	Dekabr	Yil
Xodimlarning mehnatiga haq to'lash xarajatlari													
Moddiy sarflar													
Boshqa sarflar													
Foydalanish xarajatlari													
Aylanma kapital													
Jami sarflar													

Biznesning xususiyatiga bogʻliq ravishda sarflarning har bir toifasi kichik toifalarga boʻlinishi mumkin, masalan, ishlab chiqaruvchi ishchilar, maʼmuriy xodimlar, sotish boʻlimi xodimlari mehnatiga haq toʻlash kabi va h.k.

Hozirgi paytda mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan xarajatlarning asosiy qismini xomashyo materiallari sarfi egallaydi. 100 dollarlik mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan hamma sarf-xarajatlarning AQSHda 60 %, Yaponiyada 57 %, Germaniya, Angliyada 54 %, Fransiyada 52 %, Italiyada 49 %, Rossiyada 50 % dan ortigʻini xomashyo tashkil etsa, qolganini mehnat, elektr energiya va yoqilgʻi, amortizatsiya tashkil etgan. Respublikamizda ham xarajatlar tarkibi shu koʻrsatkichlardan unchalik katta farq qilmaydi. Lekin bir birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan xomashyo, mehnat va boshqalar sarfi rivojlangan mamlakatlarga qaraganda bir necha marta koʻp. Bundan shunday xulosa chiqarish mumkinki, mahsulot birligiga sarflangan xarajatlarni, eng avvalo, xomashyo xarajatlarini pasaytirish zarur.

Xarajatlar korxonaga bogʻliq boʻlmagan omillarga qarab ham oʻzgaradi. Masalan, resurslar narxi, xizmatlar haqining oʻzgarishi. Tashqi taʼsirni kesish uchun ham korxonaga, firmaga bogʻliq omillar harakatga kelishi kerak. Bu omillarga, birinchi navbatda, isrofgarchilikni kamaytirish, resurslardan tejab-tergab foydalanish kiradi. Har bir tadbirkor, menejer oʻz bilimidan hamda boshqalar tajribasidan foydalanib, uning yoʻllarini izlaydi. Mahsulot ishlab chiqarish uchun ketadigan xomashyo, materiallar va boshqa sarflarni matematik usullardan foydalanib, minimal darajaga keltirish imkoniyatlari katta.

Jahon bozoriga chiqish uchun sifatli mahsulot ishlab chiqarishning oʻzi kamlik qiladi. Avvalo, unga sarflanadigan xarajatlarni kamaytirish kerak.

6.2. Buxgalteriya hisobi. Buxgalteriya hisobi tizimining uch turi

Buxgalteriya hisobi juda qadimda jiddiy zarurat tufayli yuzaga kelgan, chunki barcha davrlarda ham xoʻjalikni oʻlchov va sanoqsiz, daromadlarni xarajatlar bilan taqqoslamasdan yuritib boʻlmagan. Buxgalteriya hisobi xoʻjalik hisobining uch turidan biri boʻlib, yana statistik va tezkor (operativ) hisoblar mavjud.

Statistik hisob nafaqat xoʻjalik hayotining, balki jamiyat ijtimoiy hayotining ham bir turdagi ommaviy hodisalarini oʻrga-

nishga da'vat etadi. Tezkor hisob korxonalarda ishlab chiqarishni tezkor boshqarish maqsadlarida yuritiladi. Tezkor hisob joyning o'zida va biron-bir xo'jalik operatsiyasini sodir etish paytida yuritiladi.

Ixtiyoriy biznes samarali buxgalteriya hisobi tizimiga ega bo'lish ehtiyojiga ega. Barcha tijorat kelishuvlari qog'ozda o'z ifodasini topishi kerak. Ko'pgina kichik korxonalar noto'g'ri buxgalteriya hisobi natijasida omadsizlikka uchragan. Korxonada sifatli mahsulot ishlab chiqarishi, katta hajmda ayirboshlashni amalga oshirishi va yuqori sof foydaga ega bo'lishi mumkin, ammo tegishli buxgalteriya hisobining yo'qligi jiddiy muammolarni keltirib chiqaradi. Aksariyat kichik korxonada egalari buxgalteriya hisobi kichik biznesga uncha muhim emas, deb hisoblashadi. Kichik biznes egasi har kuni turli muammolar va qaror qabul qilish zaruratiga duch keladi. Biznesning barcha tomonlaridan xabardor boshqaruvchilar to'g'ri qarorlarni qabul qiladi. Tegishli tartibda yo'lga qo'yilgan buxgalteriya hisobi boshqaruv vazifalarini hal etish va biznes sohasida to'g'ri qarorlarni qabul qilish uchun kerakli moliyaviy ma'lumotlarni taqdim etishi mumkin.

Buxgalteriya hisobi mulkchilikning har qanday shaklidagi korxonada xo'jalik faoliyatini yalpi, uzluksiz va hujjatlarga asoslangan holda aks ettirish tizimidir. Demak, qat'iyon hujjatlilik, yalpi uzluksiz ekanligi, aniq qiymat bahosiga tayanishi buxgalteriya hisobining farqlovchi xususiyatlari hisoblanadi.

Buxgalteriya hisobida har qanday xo'jalik operatsiyasiga tegishli tarzda tuzilgan, barcha zaruriy ko'rsatkichlarga ega bo'lgan, mas'ul shaxslar tomonidan imzolangan va tasdiqlangan hujjat tuzilishi kerak. Buxgalteriya hisobi uzluksizdir, chunki u kunma-kun yuritiladi va barcha xo'jalik hodisalari va jarayonlarini yalpi tarzda qayd etadi. Xo'jalik yurituvchi subyektlar qaysi mulkchilik shakliga asoslanganidan qat'i nazar, tegishli organlar tomonidan ishlab chiqilgan qonun, ko'rsatma, nizomlarga va qo'llanmalarga rioya etgan holda hisob yuritishlari zarur.

Turli xil odamlar korxonangiz moliyaviy ahvoli to'g'risida ma'lumot olish istagida bo'ladi. Bank xodimlari uchun bunday ma'lumot qarz olish uchun ariza berilganda kerak bo'ladi; soliq inspektori ham bunday ma'lumotga ega bo'lishi lozim; qarindoshlaringiz, tanishlaringiz va boshqa barcha sizga qarzga mablag' bergan shaxslar bunday ma'lumotga ega bo'lishlari kerak. Mol yetkazib beruvchilar ham korxonangiz moliyaviy holatini bilishni

istaydi, sababi, ular o'z mahsulotlarini sizga oldindan to'lovsiz yetkazib beradi, bu esa kredit taqdim etish bilan barobar.

Buxgalteriya hisobini tashkil qilishda hisob ma'lumotlari nafaqat ichki, balki yuqori boshqaruv uchun zarurligini hisobga olish bilan birga, tashqi foydalanuvchilar ehtiyoji ham e'tiborga olinishi kerak.

Buxgalteriya hisobi ma'lumotlaridan foydalanuvchilarni ikkiga ajratish mumkin:

- ichki foydalanuvchilar;
- tashqi foydalanuvchilar.

Moliyaviy hisob ma'lumotlaridan ichki foydalanuvchilarga korxonalar, boshqaruv apparati xodimlari kiradi.

Moliyaviy hisob ma'lumotlaridan tashqi foydalanuvchilarni ham, o'z navbatida, ikki guruhga ajratish mumkin:

- a) korxonalar faoliyatidan bevosita manfaatdorlar;
- b) bilvosita manfaatdorlar.

Korxonalar faoliyatidan bevosita manfaatdorga quyidagilarni misol tariqasida keltirish mumkin:

- aksiyadorlar;
- kreditorlar;
- mol yetkazib beruvchilar va xaridorlar;
- soliq nazorati inspeksiyasi;
- mehnat birjalari va boshqalar.

Moliyaviy hisobot ma'lumotlaridan foydalanuvchilarni korxonalar faoliyatidan bilvosita manfaatdorga quyidagilar kiradi:

- auditorlik firmalari;
- moliyaviy savollar yuzasidan maslahatchilar;
- qimmatli qog'oz birjalari;
- qonunchilik organlari;
- huquqshunoslar (xo'jalik sudi vakillari);
- matbuot va axborot agentliklari;
- savdo, ishlab chiqarish assotsiatsiyalari;
- ijtimoiy sug'urta organlari;
- kasaba uyushmalari.

Xo'jalik yurituvchi subyektlar moliyaviy hisobotlari yuqori tashkilotlar va statistika qo'mitalari tomonidan yig'ilib, jamlanib, tarmoqlararo, hududlararo va umuman, butun xalq xo'jalik miqyosidagi ma'lumotlar olinadi, tahlil qilinadi hamda tegishli choratadbirlar belgilanib, ularning hayotga tatbiq etilishi ta'minlanadi.

Ish haqi vedomosti. Biznes egasi o'ziga va xodimlariga maosh sifatida to'lanayotgan mablag'lar to'g'risida bilishi kerak. Buning

o'zi aniq va tartibli hisob olib borish uchun kichik hisob tizimi tashkil etilishini taqozo etadi.

Kassadagi naqd pul vedomosti. Korxonaga rahbari qaysi hisoblar bo'yicha to'lovlarni amalga oshira olishini bilishi uchun istalgan vaqtda kassada qancha pul borligini bilishi zarur. Pul mablag'lari korxonaga har kuni keladi va ketadi, lekin ularni yozma ravishda qayd etishsiz biznes egalari qancha to'lovni amalga oshirish mumkinligini bilolmaydilar.

Debitorlik qarzi. Ma'lum vaziyatlarda korxonaga egasi o'zining ba'zi iste'molchilariga kredit taqdim etadi. Bunday holatda korxonaga to'lanishi kerak bo'lgan pul debitorlik qarzi deb ataladi. Bu hisobning muhim tarkibiy qismidir. Busiz yetkazib berilgan mahsulotlar uchun qachon va qanchaga hisob taqdim etishni qayerdan bilib bo'ladi? Kreditning amal qilishini qachon tugatish kerak? Muddati o'tgan hisoblar bo'yicha to'lovlarni talab qilish uchun jiddiyroq qadamlarni qachon tashlash kerak? Kredit foizli bo'lsa, foizlarni qachondan boshlab hisoblash kerak?

Kreditorlik qarzi. Biznes egasi boshqalarga (masalan, mol yetkazib beruvchilarga) to'lashi kerak bo'lgan pul — kreditorlik qarzi deb ataladi. To'lov uchun taqdim etilgan hisoblar o'z vaqtida to'lanishi lozim. Bunga ikki sabab bor: 1) ba'zida «o'z vaqtida to'lovchi» nomiga ega bo'lganingiz uchun sizga ma'lum imtiyozlar taqdim etilishi mumkin, shuningdek, 2) siz biznes qilayotgan shaxslar bilan yaxshi munosabatda bo'lishingiz kerak. Bunday vaziyatda tegishli hisob tizimisiz qator xatolarga yo'l qo'yilishi mumkin.

Moddiy-texnik boyliklar hisobi. Hatto kichik ulgurji savdo biznesida ham biznes egasi moddiy-texnik boyliklar hisobini yuritishi lozim. Qanday tovarlar sotilmoqda? Qaysilari sotilmasdan turibdi? Mahsulotlar zaxirasi yetarli? Shunga o'xshash ayrim ma'lumotlar tadbirkorning esida bo'lishi mumkin, ammo kerakli daromadni ta'minlash uchun bu yetarli emas, albatta.

Hukumat talablari. Biznes egasi soliqqa tortish maqsadlarida ham moliyaviy ma'lumotlarni tayyorlashi kerak. Soliqlar daromaddan kelib chiqib hisoblanadi. Hattoki, kichik chakana savdo sohasida ham hisobotlar tayyorlab, ularni ma'lum to'plamlarga tikib qo'yishga to'g'ri keladi.

Moliyaviy hisobotlar. Har bir odam yillik dispanserizatsiyadan o'tgani kabi, biznes egasi kamida yilda bir marta detallashtirilgan moliyaviy hisobot tuzishi lozim. Korxonaga umumiy sotish hajmi qancha? Uning xarajatlari qancha? Soliqqa tortilgunga qadar va

undan so'ng daromad qanchani tashkil etdi? Biznes egasi keyingi yilda ishlarni yaxshilash uchun nimalar qilishi mumkin? Qarzga mablag' olinadigan bo'lsa, bunday hisobot bank xodimlariga, korxonani sotish kerak bo'lsa, potensial xaridorlarga taqdim etilishi lozim.

Buxgalteriya hisobini mustaqil yuritish. Agar korxonada uncha katta bo'lmasa va siz ma'lum tajribaga ega bo'lsangiz, buxgalteriya hisobini o'zingiz yurita olasiz. Ammo yodingizda tuting: bu ishni bajarsangiz, korxonada faqatgina siz bajara oladigan ishlarni chetga surib qo'yishga majbur bo'lasiz. Iloji boricha, tezroq buxgalteriya hisobini yuritish vazifasini boshqaning zimmasiga yuklashni rejalashtiring. Shu vaqtning o'zida bu tizimning amal qilishini tushuna olishingiz kerak, bu sizga agar buxgalteringiz korxonangizdan ketsa yoki kasallik tufayli vaqtinchalik ishga chiqmasa asqatadi.

Yordamchi tayinlash. Boshqalarni ishga yollasangiz, unga beriladigan vazifalardan bittasi butun (yoki qisman) buxgalteriya hisobini yuritish bo'lishi mumkin. Barcha xodimlaringiz hisobning ma'lum turlarini olib boradi, ular xarid etganlik uchun chek yozib berishadi, kassa apparati bilan ishlaydilar; ko'pchilik hollarda ularga topshirilgan buxgalteriya hisobini yuritish aniq amalga oshiriladi. Sizning majburiyatingiz ishchilaringizni o'rgatish, yo'l-yo'riq ko'rsatish va qo'llanilayotgan hisob usullarini tekshirib turishdan iborat.

Buxgalterni to'la bandlik asosida ishga qabul qilish. Korxonangiz yetarlicha katta hajmga ega bo'lsa, siz bu soha mutaxassisini ishga taklif etishingiz mumkin. Bunday mutaxassis, odatda, buxgalteriya hisobi to'g'risida sizdan ko'proq ma'lumotga ega bo'ladi. Ba'zi tadbirkorlar bu sohada vakolatlarni to'laligicha birovga berishdan cho'chiydilar. Sababi, ular buxgalteriya hisobini doimiy nazorat ostida ushlab kerakligini bilishadi, ba'zan bunday munosabat qator qiyinchiliklarni tug'diradi va hattoki, buxgalterlarning ishiga ham xalaqit beradi. O'zingizning xohish-istaklaringiz va talablaringizni belgilab qo'ying hamda buxgalterni mustaqil ishlashiga to'sqinlik qilmang.

Buxgalterlik xizmatini ko'rsatuvchi mutaxassisni yollash. Buxgalteriya hisobi sohasida xizmat ko'rsatishga moslashgan ko'pgina korxonalar mavjud. Bu xizmatlar o'z ichiga yillik hisobotlar tuzib berishdan tortib, haftalik hisob yuritishgacha bo'lgan turlarni oladi.

Buxgalteriya. Va nihoyat, biznesingiz hajmi yetarli katta bo'lsa, o'z buxgalteriya bo'limini tuzishingiz mumkin, bu bo'limni

yo bosh hisobchi, yo korxonada moliyaviy ahvoli uchun to'la javob beradigan menejer boshqarishi mumkin. Buxgalteriyangiz hisobga oid barcha kitoblar to'plamini olib borishi mumkin. Bular jumlasiga debitorlik qarzi kitobi, kreditorlik qarzi kitobi va bosh kitob kabilar kiradi. Shuningdek, qo'shimcha ravishda mexanik yoki elektron vositalar ham ishlatilishi mumkin.

Buxgalteriya hisobini tashkil etishda hisob ishlari hajmini aniqlab olish, buxgalteriya xodimlari sonini, ular o'rtasida hisob ishlari taqsimotini, qo'llaniladigan hisob shaklini, hisob ishlarida hisoblash texnikalaridan foydalanishni belgilab olish kerak bo'ladi.

Mamlakatlar, ayniqsa, rivojlanayotganlari chet el investitsiyalarini jalb etish maqsadida buxgalteriya hisobi va hisobotini jahon standartiga moslashtirishga harakat qiladi va shu yo'l bilan iqtisodiyotning rivojlanishiga zamin tayyorlaydi.

Bizning respublikamizda buxgalteriya hisobini tartibga solish huquqiga ega manbalar quyidagilardir:

- qonunchilik organlari tomonidan qabul qilingan me'yoriy va qonuniy dalolatnomalar;
- Moliya vazirligining Davlat statistika qo'mitasi bilan birga hamda vazirliklar va tarmoqlar malakali mutaxassislari, professional jamoat tashkilotlari ishtirokida qabul qilgan me'yoriy dalolatnomalari va ko'rsatmalari.

Professional jamoat tashkilotlariga Buxgalterlar va auditor assotsiatsiyasi, Tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar palatalari misol bo'ladi. O'zbekiston Respublikasida buxgalteriya hisobi tizimining asosiy huquqiy zaminini «Buxgalteriya hisobi to'g'risida»gi Qonunda belgilangan. Ushbu Qonunda buxgalteriya xodimlarining burch va huquqlari, buxgalteriya hisobi miqyosida korxonada rahbarlari va buxgalteriya hisobi tizimidagi asosiy maqsadlar, vazifalar hamda prinsiplar ko'rsatib o'tilgan.

Korxonalarda buxgalteriya hisobiga bosh buxgalter rahbarlik qiladi. O'z navbatida, bosh buxgalter ma'muriy tomondan korxonada rahbariga, hisob ishlarini yuritish bo'yicha esa, tegishli yuqori tashkilotning bosh buxgalteriga bo'ysunadi. Bosh buxgalterga quyidagi vazifalar belgilanadi:

- hisob ishlarini to'g'ri tashkil etish;
- korxonada mulkchiligining saqlanishini nazorat etish;
- korxonada tovar-moddiy boyliklari oqilona sarflanishini ta'minlash;

- korxonada tovar-moddiy boyliklaridan samarali foydalanishni oʻrnatish;

- xoʻjalik jarayonlarini oʻz vaqtida va toʻgʻri hujjatlashtirishni taʼminlash, hujjat aylanishini toʻgʻri tashkil etish;

- hisob maʼlumotlari toʻgʻriligini, mulkchilik saqlanishini taʼminlash maqsadida investitsiyaning belgilangan muddatda, oʻrnatilgan tartib asosida oʻtkazilishi va natijalar oʻz vaqtida, toʻgʻri rasmiylashtirilishini taʼminlash;

- smeta va moliya tartiblariga rioya etilishini nazorat qilish.

Bosh buxgalter yuqoridagi vazifalarni bajarishda buxgalteriya barcha xodimlari uning koʻrsatmalarini bajarishidan keng foydalanadi. Buxgalteriya hamma boʻlimlarida qayta ishlangan hujjatlar oʻrnatilgan muddatda bosh buxgalterga topshirilishi shart. Hujjat yurituvchi subyektlar moliyaviy hisobotlarining barcha shakllarini rahbar bilan birga bosh buxgalter ham imzosi bilan tasdiqlaydi.

Maʼmuriy boshqaruv tizimida buxgalterlar xoʻjalik jarayonlarini roʻyxatga oluvchi sifatida faoliyat yuritgan boʻlsa, raqobatga asoslangan bozor iqtisodiyoti sharoitida uning vazifalariga tahlil, nazorat, maʼlum bir miqyosda menejment hamda marketing sohasidagi bilimlarga ega boʻlish ham kiradi.

Korxonada bosh buxgalterga qonunchilikka xilof va shartnoma hamda moliyaviy intizomga zid hujjatlarni rasmiylashtirish va bajarishga qabul qilish taqiqlanadi. Shunday hujjatlarga faoliyat davomida duch kelgan bosh buxgalter, korxonada rahbariga yozma ravishda xabar bermogʻi kerak. Korxonada rahbaridan yozma ravishdagi buyruqni yoki yuqoridagi kabi hujjatlarda korxonada rahbarining ikkinchi imzosi qoʻyilganidan soʻng, bosh buxgalter uni bajarishga kirishadi. Bunday holatlarda sodir etilgan jarayonlarning qonuniyligiga korxonada rahbari toʻliq javobgar hisoblanadi. Moddiy javobgar shaxslarni (kassir, ombor mudiri va boshq.) tayinlash, almashtirish va boʻshatish bosh buxgalter roziligi bilan amalga oshiriladi.

Bosh buxgalter boʻshayotganida yangi bosh buxgalterga (agar yangi bosh buxgalter belgilanmagan boʻlsa, korxonada rahbari buyrugʻi bilan tayinlangan xodimga) barcha buxgalteriya ishlarini topshiradi. Bunday holatda buxgalteriya hisobi holati tekshiriladi, shuningdek, hisobot maʼlumotlari haqiqiyliги aks ettirilgan va korxonada rahbari tasdiqlangan dalolatnoma rasmiylashtiriladi.

Buxgalteriya hisobi maʼlumotlarining hozirgi zamon talabiga toʻliq javob berishini taʼminlashning yana bir omili, buxgalteriya

hisobi bo'limi xodimlari ish joylarini oqilona tashkil etish hisoblanadi. Buxgalteriyada xodimlar ish joyining oqilona tashkil etilishi, *birinchidan*, mehnat unumdorligi oshishiga, *ikkinchidan*, xodimlar sog'lig'ini saqlashga, *uchinchidan*, ortiqcha xarajatlar kamayishiga yordam beradi.

Raqobatga asoslangan bozor iqtisodiyoti sharoitida xo'jalik yurituvchi subyektlar o'z faoliyatlarini mustaqil ravishda yuritadilar (davlat ahamiyatidagi korxonalar bundan mustasno). Endi korxonalar o'z faoliyatlari davomida xarajatlar va daromadlarni mustaqil belgilab, shunga asosan ish yuritadilar, xo'jalik munosabatlarida ham tegishli korxonalarni mustaqil belgilaydilar. Demak, xo'jalik yurituvchi subyektlar o'z-o'zlarini moliyalashlari zarur.

Korxonalar bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqilayotgan mahsulot (ish, xizmat), sotiladigan tovarlarga bo'lgan talabni har tomonlama o'rganishlari kerak. Bozor talabi o'rganilayotganda baho, miqdor, hududiy va boshqa xususiyatlarga ahamiyat beriladi. Bozor talab etayotgan xususiyatlarga ega mahsulot (ish, xizmat) ishlab chiqarish, korxonalar boshqaruvi vazifasiga kirib, ushbu vazifa bajarilishi, tabiiyki, axborotlarga, ma'lumotlarga tayanadi. Xo'jalik yurituvchi subyekt buxgalteriya hisobida esa xo'jalik faoliyati bilan bog'liq barcha ma'lumotlar rasmiylashtirilgan bo'ladi.

Buxgalteriya hisobi ham, o'z navbatida, boshqaruv apparati uchun kerakli ma'lumotlarni uzatishi uchun zaruriy axborotlar bilan ta'minlangan bo'lishi zarur. Masalan, soliq tizimi sohasidagi, xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyati bilan bog'liq yuqori tashkilotlar ko'rsatma, yo'riqnoma, nizomlar, shuningdek, respublika hukumati tomonidan qabul qilingan qonunlar, qarorlar bilan o'z vaqtida ta'minlanganlik darajasi buxgalteriya hisobi ma'lumotlarining ishonchlilik, muhimlik, ahamiyatlilik tamoyillariga mosligiga asos bo'ladi.

Masala. Akram oxirgi uch yil biznes bilan shug'ullanib kelmoqda. U o'z korxonasini kengaytirish maqsadida 23-yanvarda bankdan qarz oldi. Quyida uning korxonasi 23-yanvar va 4-fevral oralig'ida amalga oshirgan xo'jalik operatsiyalari ro'yxati keltirilgan. Agar qarab chiqilayotgan davr boshida Akramda 52500 so'm mavjud bo'lgan bo'lsa, shu davr oxiriga kelib, ya'ni 4-fevralda uning tasarrufida qancha mablag' bo'ladi?

Sana	Kelishuv va summa	(Debet) pul kiritimi (+)	(Kredit) pul chiqimi (-)	Kassa qoldig'i
23	23-yanvar holatiga			52500
23	Naqd pul ko'rinishida olingan qarz –202500			
24	Ko'chmas mulk egasiga bino va yer uchun to'langan – 120000			
24	Asbob-uskuna sotib olingan – 43125			
24	Har xil uskunalar sotib olingan – 13425			
24	Xomashyo va materiallar xarid qilingan – 2625			
25	Tovarlar sotib olingan – 19125			
25	Mahsulotlar sotilgan – 2625			
26	Mahsulotlar kreditga sotilgan – 3375			
27	Mahsulotlar sotilgan – 1875			
28	Tovarlar sotib olingan – 2250			
28	Transport yig'imi to'langan – 90			
28	Pullar shaxsiy maqsadlarda olingan – 2625			
28	Mahsulotlar sotilgan – 1170			
30	Mahsulotlar sotilgan – 1515			
31	Elektr energiyasi haqi to'langan – 22500			
31	Mahsulotlar sotilgan – 1185			
1	Vaqtinchalik yordamchiga maosh to'langan – 1290			
2	Mahsulotlar sotilgan – 1875			
2	Mahsulotlar kreditga sotilgan – 1740			
3	Ta'mirlash bo'yicha to'lovlar amalga oshirilgan – 975			
3	Mahsulotlar sotilgan – 2205			
4	Tovarlar sotib olingan – 3045			
4	Transport yig'imi to'langan – 195			
4	Pullar shaxsiy maqsadlarda olingan – 750			
4	Yakuniy qoldiq			

Moliyaviy prognoz

O‘z korxonasining o‘lchamiga loyiq buxgalteriya hisobini yurgizish tizimini yo‘lga qo‘ygan tadbirkor hozirgi kungacha uning biznesi qanday rivojlanganligini har doim biladi. Ammo tadbirkor kelgusida ham barcha majburiy to‘lovlarni, masalan, ish haqini berish, materiallar haqini, foizlarni to‘lash, ta‘minotchi yoki bankka qarzni qaytarish va h.k. amalga oshira olishiga ishonchi komil bo‘lishi kerak. Hisob tizimidan olingan raqamlar, ayniqsa, biz mavsumiy biznes bilan shug‘ullanganimizda, bunday prognozlarni tuzishda juda yaxshi yordam beradi.

Moliyaviy prognoz tuzishning sinalgan usullaridan biri pul oqimlari harakatining rejasidir. Nomidan tushunsa bo‘ladiki, bu reja biznesga kirib keladigan pul oqimlari va biznesdan chiqadigan mablag‘larni ko‘rsatadi. Pul oqimlari rejasini tuzganda korxonaning bank hisob raqamidagi pullar ham hisobga olinadi. Biznesga moliyaviy mablag‘lar, odatda, mahsulotlar, tovarlar yoki xizmatlarni sotishdan kelib tushadi. Shuningdek, mablag‘lar kirib kelishining boshqa manbalari ham mavjud, masalan, bank krediti, hisob raqamidagi pullarning ortiqcha ishlatilishi, eski asbob-uskunaning sotilishi, soliqlarning qaytarilishi va h.k.

Biznesdan moliyaviy mablag‘larning chiqishi, asosan, mehnatga haq to‘lashga, ishlab chiqarish va asosiy kapital xarajatlarini qoplashga ketadi. Qo‘l ostida sotuvlar rejasini bor bo‘lgan tadbirkor kutilayotgan kapital aylanmasini va rejalashtirilayotgan ishlab chiqarish va tovarlarni xarid qilish xarajatlarini ko‘rib turadi. Pul oqimlari harakatining oyma-oy rejasini tadbirkor uchun biznesga har oyda kirib keladigan moliyaviy mablag‘larni va undan chiqadigan mablag‘larning kutilayotgan miqdorini baholash vositasidir. Bu tadbirkorning mablag‘i tugab qolish holatlarining oldini olishga yordam beradi. Pul oqimlari harakatining rejasini qanday tuzish kerak?

Quyida keltirilgan jadvalda pul oqimlari harakati rejasining namunasi taqdim etilgan:

Pul mablag‘lari oqimi harakati rejasini

Ko‘rsatkichlar	Oylar											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Oy boshlanishidagi pul mablag‘lari												
Realizatsiyadan pul kirimi												

Boshqa manbalardan pul kirimi																			
Jami pul kirimi																			
Naqd pul chiqimi – xodimlarga xarajatlar																			
Ishlab chiqarish xarajatlariga pul chiqimi																			
Boshqa xarajatlarga pul chiqimi																			
Jami pul chiqimi																			
Oy oxiridagi pul qoldig'i																			

Tadbirkorlar bunday rejani bir necha bosqichda tuzishadi.

1. Kassada mavjud bo'lgan naqd pulni hamda korxonaning bank hisob raqamidagi pullarni hisoblashadi va «Oy boshlanishidagi pul mablag'lari» qatorida «1-oy» ustunidagi katakka kiritishadi. O'z biznesini boshlayotgan tadbirkor uchun bu aylanma kapital summasi bo'ladi.

2. Sotuvlar rejasida mo'ljallangan tushum «Realizatsiyadan pul kirimi» qatoriga kiritiladi. Agar mahsulotning bir qismi kreditga sotilsa, shu qismi uchun to'lov bu oyga kiritilmaydi. Bu to'lov mijoz to'lovni amalga oshirgan paytda kiritiladi.

3. Boshqa manbalardan kutilayotgan mablag'lar, masalan, bank ssudasi yoki bankda saqlanayotgan mablag'ga hisoblangan foizlar «Boshqa manbalardan pul kirimi» qatoriga kiritiladi.

4. Bu qatorlarning jami yakuniy naqd pul mablag'i bo'lib «Jami pul kirimi» qatoriga kiritiladi.

5. Xodimlarga bir oy davomida ketgan barcha xarajatlar, su-g'urta xarajatlari va xodimlarga berilgan boshqa imtiyozlar hamda biznes egasining ish haqi bilan birga, «Naqd pul chiqimi — xodimlarga xarajatlar» qatoriga kiritiladi.

6. Ishlab chiqarish xarajatlari sotuvlar rejasiga qarab o'zgarib turadi, ayniqsa, tovar sotib olish xarajatlari yoki moddiy xarajatlar. Qaysidir tovarlar kreditga olinsa, tegishli summa kredit to'lovi to'langanda jadvalga kiritiladi.

7. Korxonaning har qanday boshqa to'lovlari, masalan, bank kreditidan foydalanganligi uchun foiz to'lovlar, soliqlar, litsenziyalarni rasmiylashtirish uchun to'lov «Boshqa xarajatlarga naqd pul chiqimlari» qatoriga kiritiladi. Bu oy davomida reja-lashtirilayotgan investitsiyalar ham shu yerga kiritiladi.

8. Ushbu qatorlardagi uchta raqam yig'indisi «Jami pul chiqimi» qatoriga kiritiladi.

9. Birinchi oyga pul oqimlari harakatining rejasini tuzishda oxirgi bosqich — bu umumiy naqd pul kirimi summasidan umumiy naqd pul chiqimi summasini ayirish. Natijada oy oxirida qoladigan naqd pul summasi chiqadi. Bu raqam oxirgi qatorga kiritiladi. Boshqa oylarga ham naqd pul oqimi xuddi shunday hisoblanadi. Har oy oxiridagi pul summasi rejaga navbatdagi oy boshlanishida mavjud pul summasi sifatida kiritiladi.

Odatda, pul mablag‘lari harakatining rejasi moliyaviy yil doirasida 12 oyga tuziladi. Ammo rejani realistik axborotga asoslangan holda tuzish lozim. Davrning davomiyligi korxonaning turiga va faoliyatiga bog‘liq, shuning uchun, zarurat bo‘lganda, oyma-oy rejani qisqaroq muddatga ham tuzish mumkin.

Umumiy, yillik rejada bo‘lishi mumkin bo‘lgan mos kelmaslik holatlarini tezkor aniqlash uchun oyma-oy pul mablag‘lari harakati rejasini har oyda aniqlashtirish va yangilab turish lozim. Agar rejadan korxonada qaysidir paytda pul mablag‘lari tugab qolishi namoyon bo‘lsa, tadbirkor tegishli choralar ko‘rishi lozim:

<p>yoki:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sotuvlarni ko‘paytirish; • mijozlarga kreditlar berishni cheklash; • bank hisobidagi mablag‘larni ortiqcha sarflash; • investitsiya obyektlarini sotish; • yoki do‘stidan qarzga pul so‘rash orqali pul kirimini ko‘paytirish. 	<p>yoki:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirib; • narxi pastroq ta‘minotchini tanlab; • ta‘minotchidan kredit olib; • kreditdan foydalanish muddatini uzaytirishga erishib; • rejalashtirilgan investitsiyalar muddatini kechroqqa ko‘chirib, pul chiqimlarini kamaytirish.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ish boshlayotgan tadbirkorlardan, ko‘p hollarda, pul mablag‘lari harakatining rejasini kelgusi 12 oyga yoki ular bankdan kredit olishni rejalashtirgan bo‘lishsa, bank kreditdan foydalanish muddatiga tuzishni so‘raydi.

Naqd pul aylanishining rejasi

Masala. Naqd pul aylanishining rejasi To‘lqinning korxonasi haqida bizga nimani anglatishi mumkin? Birinchidan, u bizga o‘z biznesini harakatga solish uchun To‘lqinga qancha pul kerakligini aytadi. Mana, To‘lqinning korxonasiga kerakli uskunalarining ro‘yxati:

Uskunalar	Narxi (ming so‘m)
Yuk avtomobili (4 g‘ildirakliga keltirilgan holda)	60300
Shudgorlash moslamasi	15700
Yoqilg‘i zaxirasini saqlash uchun idish	750
Yapaloq belkuraklar (3)	50
Bolta	60
Asboblar	4540
Xaskashlar (2)	50
Shlanglar	1050
Jami	82500

Uskunalar sotib olishga zarur bo‘lgan 82,5 mln so‘mdan tashqari To‘lqinga qurilish materiallari sotib olishga 12 mln so‘m, idora anjomlari sotib olishga 15 mln so‘m, idoraga ishlatiladigan materiallar sotib olishga 3 mln so‘m mablag‘ zarur bo‘ladi. Shunday qilib, uning dastlabki xarajatlari 112,5 mln so‘mni tashkil etadi.

Naqd pul aylanishining rejasidan biz To‘lqin qayerdan va qancha daromad olayotganini ko‘rishimiz mumkin. U yana bu naqd pullar qanday ishlatilayotganligini ham ko‘rsatadi. E‘tibor bering, To‘lqindagi naqd pul oqimi mavsumiy o‘zgarib turadi. Noyabrdan martgacha pul oqimi juda kattadir. Biroq mavsumlar orasidagi bir necha oyda To‘lqinning korxonasi qariyb pul topolmaydi. Haqiqatan ham, bu oylarda naqd pul tushumi juda kam va To‘lqin oldin ishlab topgan pullari hisobiga yashashga majbur.

Shunday qilib, o‘z biznesini boshlash uchun To‘lqinga qancha pul zarur? Unga korxonani tuzishga ketadigan dastlabki xarajatlarni to‘lashga yetadigan hamda yana mavsumlar orasidagi davrda uning o‘zining yashashiga yetadigan miqdorda pul zarur.

Korxonani ish boshlagandan beri yettinchi oy (oktabr) To‘lqin uchun eng kam naqd pul tushgan oy hisoblanadi, uning natijasi (minus) –37,680 mln so‘mga tushib ketdi. Bu oyda u barcha hisoblarini to‘ladi, ammo baribir chiqim kirimdan ko‘p bo‘ldi. Agar bu holat yana saqlanib qoladigan bo‘lsa, To‘lqinga biznesni tezda tark etishga to‘g‘ri kelardi. Biroq To‘lqin bozordagi o‘z mavqeyini mustahkamlashi uchun ko‘p vaqt ketishini bilardi va shu sababli, bank hisob raqamida yetarlicha mablag‘ jamlagandi.

Ko'p tadbirkorlar shunday degan bo'lishardi: «Gap bunday, agar menga o'z korxonamni tuzish uchun 150,2 mln so'm talab qilinsa, 112,5 mln so'm dastlabki xarajatlarga hamda yana 37,7 mln so'm oktabr oyigacha mening tushumlarimdan ortuvchi xarajatlarni qoplashga ketadi». Biroq To'liqin ancha olisni ko'ra oladi, u ayrim shartnomalarni bajarish bilan bog'liq tushumlar sal kechroq bo'lishi mumkinligini biladi.

Dastlabki xarajatlarni qoplashga bazo'r yetadigan pul miqdori bilan o'z korxonasini tuzishga kirishish o'rniga To'liqin unga bankir maslahat bergan maqbul qoidadan foydalandi: boshlash uchun zarur materiallar va uskunalar qancha tursa, shuncha pul yig'gin (112,5 mln so'm), unga birinchi oylarda yashash uchun talab qilinishi mumkin bo'lgan bir yarimga ko'paytirilgan pulni qo'shgin, 37,7 mln so'mning yarmi — bu taxminan 19,3 mln so'm, 37,7 mln so'm plyus 19,3 mln so'm ishlab chiqarish xarajatlarini qoplashga yetadigan 57 mln so'mni beradi. O'z biznesini «shunchaki yetadigan» pul bilan boshlash o'rniga To'liqin o'ziga ko'p tashvish olsa-da, muvaffaqiyatga erishishga yetadigan pul bilan o'z biznesini boshladi. U ehtimoliy ko'zda tutilmagan xarajatlarni qoplashga naqd qo'shimcha pul bo'lishini ham rejalashtirdi. Endi hatto unga o'z yuk mashinasini ta'mirlashga to'g'ri kelib qolsa yoxud benzin narxi oshsa, yoki agar buyurtmachilardan birortasi o'z vaqtida pul to'lolmasa ham u murakkab davrda o'zini saqlab qola biladi va ishi maromida ketaveradi.

Siz ham o'z biznesingizni ana shunday rejalashtirishingiz kerak. «Burchaklarni kesib tashlash» uchun yo'l izlashni boshlashdan avval yoki zarur bo'lganidan kam pul bilan ish boshlayotganingizda, o'ylab ko'ring, biznesingizni to'g'ri olib borish qancha mablag'ga aylanadi. Esda tuting, siz eng past nuqtaga to'g'ri keluvchi naqd pul oqimini bir yarim, ikki marta ko'paytirishingiz kerak, bu sizga zarur bo'lgan real pul miqdoriga qariyb yaqin bo'ladi. Bu — o'z biznesni boshlash uchun sizdan talab qilinadigan real mablag'dir. Agar bu qoidaga amal qilsangiz va xarajatlar tarkibini puxta o'ylasangiz (unga naqd pul harakati rejangizning xarajatlar qismini ham kiritish kerak), aylanma sarmoya yetishmasligidan azob chekmaysiz. Shunday qilib, To'liqinda 112,5 mln so'mni dastlabki xarajatlarni qoplashga va 57 mln so'mni aylanma mablag'larni to'ldirishga, jami 169,5 mln so'mni safarbar qilish maqsadi bor.

Naqd pul harakatining rejasi

Naqd pul harakati rejasini belgilash uchun kelgusi yil davomida biznes yuritish uchun qancha pul zarurligini baholash zarur. Bu hujjatni oylik foyda va zararlar haqidagi hisobot sifatida ko‘rib chiqing. (Sizning foyda va zararlar haqidagi javobingiz — bu sotishdan tushgan daromadlar, sotish bilan bog‘liq xarajatlar, qo‘shimcha xarajatlar ko‘chiriladigan hujjatdir, shunday qilib u natijada foyda va zararlar miqdori haqida ma‘lumot beradi.) Yakuniy satrlarni, ya‘ni oylik foyda va zararlar miqdorini jamlab siz naqd pulning jamg‘arilgan oqimiga ega bo‘lishingiz mumkin. Yakuniy satr qanday o‘zgarishini 6.2.1-jadval misolida ko‘rib chiqing.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida har bir xo‘jalik yurituvchi subyekt o‘zining oldiga qo‘ygan maqsadlariga erishishi uchun, eng avvalo:

- o‘zining o‘tgan hisobot davridagi moliyaviy xo‘jalik faoliyatini aks ettirishi, tahlil qilishi va baholashi;

- tashqi (investorlar, davlat muassasalari va yuqori tashkilotlar) va ichki iste‘molchilar uchun o‘zining moliyaviy xo‘jalik faoliyatini umumlashtiruvchi ma‘lumotlarni bir tizimga keltirgan holda yig‘ib taqdim qilishlari lozim.

Ushbu talablardan kelib chiqqan holda mulkiy va tashkiliy shakllaridan qat‘i nazar, har bir xo‘jalik yurituvchi subyekt o‘zining o‘tgan davrdagi moliyaviy xo‘jalik faoliyatini yoritishi va unga baho berishi, ya‘ni hisobot tuzishi shart. Chunki hisobotda xo‘jalik yurituvchi subyektlarning ma‘lum davrdagi shart-sharoiti va faoliyatining natijasini yoritadigan ko‘rsatkichlarning tizimi aks ettiriladi. Chunonchi:

- joriy hisob ko‘rsatkichlaridan olingan qisqa ma‘lumotlar;
- moliyaviy xo‘jalik faoliyatini yorituvchi jamg‘arma ma‘lumotlar.

Hisobot buxgalteriya hisobi jadvalining tugallanuvchi bosqichi hisoblanib, joriy hisobning hamma shakllarida jamg‘arilgan ma‘lumotlarga asosan tuziladi:

- tezkor (operativ) hisobning ma‘lumotlari;
- buxgalteriya hisobining ma‘lumotlari;
- statistika hisobining ma‘lumotlari.

Hisobot orqali sifat, miqdor va qiymat ko‘rsatkichlari yordamida subyektning faoliyatiga tavsif beriladi. Tasdiqlangan shakllardagi buxgalteriya hisobotida sotilgan mahsulot, bajarilgan ish va ko‘rsatilgan xizmatlardan olingan daromadlar, ishlab chiqarish xarajati, subyektning mulki, moliyaviy holati va xo‘jalik faoliya-

**A korxonada qurilish kompaniyasining 12 oy davomidagi foyda va zararlar haqida hisoboti,
20___-yil 31-martgacha**

Ko'rsatkichlar	aprel	may	iyun	iyul	avgust	sentabr	oktabr	noyabr	dekabr	yanvar	fevral	mart
Tushum manbalari: sotish	375000	450000	525000	75000	75000	150000	900000	900000	1800000	900000	900000	900000
Pulni ishlatish:												
– sotilgan obyektlarning narxi;	176250	202500	236250	41550	41550	67500	67500	135000	135000	270000	135000	135000
– kompaniyaning xarajatlari	216450	233250	250200	133950	133950	158250	218250	357000	357000	529500	327000	349500
Jami	392700	435750	486450	175200	175200	225750	285750	492000	492000	799500	462000	484500
Yakuniy oqim (kirish yoki chiqish)	-17700	14250	38550	-100200	-75750	135750	408000	408000	1000500	438000	415500	-
Jamg'ariladigan oqim	-17700	-3450	35100	-65100	-165300	-241050	-376800	31200	439200	1439700	1877700	2293200

ting natijalari bo'yicha ma'lumotlar ma'lum tizimda aks ettiriladi.

Bizga ma'lumki, buxgalteriya hisobini yuritish jarayoni, asosan, to'rtta bosqichdan iboratdir:

- har bir voqea (muomala) hujjatlashtiriladi;
- ushbu voqea (muomala)dagi ma'lumotlar guruhlashtirilib, bir xil ko'rinishdagi ma'lumotlarga aylantiriladi, ya'ni buxgalteriya hisobining schotlarida qayd qilinadi;
- Moliya vazirligi tomonidan tasdiqlangan shakl va mazmun-dagi hisobot shakllari to'lg'aziladi;
- xo'jalik faoliyatini baholash va uni yana ham rivojlantirish maqsadida tadbirlar belgilash uchun hisobot ma'lumotlari tahlil qilinadi.

Ushbu bosqichlar bir butun bo'lib, o'rganish jarayonida ushbu birlikka va ularning o'zaro bog'lanishiga e'tibor berish lozim. Buxgalteriya hisoboti subyektning kelgusidagi ishini rivojlantirish, nazorat qilish va uni baholash, jamoa, ta'sischilar, aksiyadorlar, boshqaruv muassasalari va qiziquvchi tashkilotlar uchun eng asosiy axborot manbayi hisoblanadi.

Hisobotlar, asosan, quyidagi belgilarga muvofiq bir-biridan farq qiladi:

- taqdim qilinayotgan ma'lumotlarning hajmi bo'yicha;
- qanday maqsad uchun tuzilishi;
- qamragan davri bo'yicha.

Ma'lumotlarning hajmiga qarab hisobotlar quyidagicha guruhlanadi:

- qisman — subyektning aniq, u yoki bu bo'limning faoliyatini tavsiflaydigan va baholaydigan ma'lumotlarni jamg'aradi;
- umumiy — subyektning jami xo'jalik faoliyatini tavsiflaydigan va baholaydigan ma'lumotlarni jamg'aradi.

Foydalanish maqsadiga qarab quyidagicha guruhlanadi:

- tashqi — subyektning faoliyati bilan manfaatdor yoki unga qiziquvchi shaxslar foydalanishi uchun, subyektning faoliyat turi, daromadining darajasi va mulkning ahvoli to'g'risidagi ma'lumotlar. Bu hisobotni matbuotda e'lon qilish zaruriyati tug'iladi va xalqaro atamada «Omma uchun» deb ham yuritiladi;
- ichki — xo'jalik ma'muriyatining talabi uchun tuziladigan hisobotlar.

Qamragan davri bo'yicha, hisobotlar quyidagicha guruhlanadi:

- davriy hisobot — yil ichida tuziladigan kundalik, haftalik, oylik, choraklik va yarim yillik hisobotlari;

• yillik — subyekt faoliyatining yillik ko‘rsatkichlarini chuqur va to‘liq qamragan ma’lumotlar yig‘iladi.

Hisobotni chuqur o‘rganib va tahlil qilib erishilgan muvaffaqiyatlarning omillari, kamchiliklarining sababini aniqlash va ularni tugatish uchun tadbirlar belgilashga asos bo‘ladi.

O‘zbekiston Respublikasining «Buxgalteriya hisobi to‘g‘risida»gi Qonuniga asosan va Moliya vazirining 1997-yil 15-fevraldagi 5-buyrug‘iga muvofiq xo‘jalik yurituvchi subyektlar o‘rnatilgan muddatlarda, tegishli manzillarga quyidagi shakl va hajmda chorak va yillik moliyaviy hisobotlar topshiradilar. Chet el investitsiyasi ishtirokida tashkil qilingan qo‘shma korxonalar faqat yillik hisobot topshiradilar:

a) yillik hisobot quyidagi shakllarning majmuasidan tashkil topadi:

- buxgalteriya balansi — 1-shakl;
- moliyaviy natijalar to‘g‘risida hisobot — 2-shakl;
- debitorlik va kreditorlik qarzlari to‘g‘risida ma’lumotnoma — 2a-shakl;
- asosiy vositalarning harakati to‘g‘risida hisobot — 3-shakl;
- pul oqimlari to‘g‘risida hisobot — 4-shakl;
- xususiy kapital to‘g‘risida hisobot — 5-shakl;
- tushuntirish xati;

b) yarim yillik hisobot quyidagi hisobot shakllarini o‘z ichiga qamrab oladi:

- buxgalteriya balansi — 1-shakl;
- moliyaviy natijalar to‘g‘risida hisobot — 2-shakl;
- pul oqimlari to‘g‘risida hisobot — 4-shakl;
- debitorlik va kreditorlik qarzlari to‘g‘risidagi ma’lumotnoma — 2a-shakl;

d) choraklik (uch oylik) hisobot quyidagi shakllardan tashkil topadi:

- buxgalteriya balansi — 1-shakl;
- moliyaviy natijalar to‘g‘risida hisobot — 2-shakl;
- debitorlik va kreditorlik qarzlari to‘g‘risida ma’lumotnoma — 2a-shakl.

Yillik moliyaviy hisobotga, subyekt faoliyatining hisobot yilidagi yakuniy natijalariga ta’sir etuvchi asosiy omillar, subyektning yillik moliyaviy hisoboti va sof foydani taqsimlash bo‘yicha qabul qilingan aksiyadorlar yig‘ilishining qarorlari, moliyaviy hisobotning tekshirilganligi to‘g‘risidagi auditorlik xulosalari ilova qilinadi.

Moliyaviy hisobot shakllaridagi koʻzda tutilgan hamma koʻrsatkichlar keltiriladi. U yoki bu modda (satr, ustun) toʻldiril-magan hollarda, yaʼni subyektning kerakli aktivlari, passivlari, jarayonlari boʻlmaganda, oʻsha moddalar (satrlar, ustunlar) chizib qoʻyiladi.

Shaklning muqova qismi quyidagi tartibda toʻldiriladi. Zaruriy qism «Xoʻjalik yurituvchi subyekt»da — korxonaning (belgilangan tartibda roʻyxatga olingan taʼsis hujjatlariga binoan) toʻliq nomi va uning kodi OKPOga muvofiq koʻrsatiladi.

Zaruriy qism «Tarmoq (faoliyat turi)»da — tarmoq (faoliyat turi) va uning kodi OKONXga muvofiq koʻrsatiladi.

Zaruriy qism «Davlat mulkini boshqarish organi»da — davlat yoki hududiy (agar shunday subyekt mavjud boʻlsa) subyekt ustidan boshqaruv huquqiga ega boʻlgan va moliyaviy hisobot yuboriladigan organning nomi koʻrsatiladi.

Zaruriy qism «Manzili»da — subyektning aloqa uchun toʻliq manzili koʻrsatiladi.

Zaruriy qism «Nazoratdagi miqdor» — subyekt tomonidan toʻlgʻazilmaydi.

Yil (chorak)lik hisobot tuzishda subyektning egasi va davlatning manfaatlariga rioya etish, investorlar, kreditorlar, aksiyadorlar, soliq nozirliklari, taʼsischilar, bank muassasalari, xalqaro standart-larning talablarini hisobga olish va Oʻzbekiston Respublikasi Prezi-dentining amaldagi Farmonlaridan, Oʻzbekiston Respublikasining «Buxgalteriya hisobi toʻgʻrisida»gi Qonunidan, Vazirlar Mahkama-sining tegishli qarorlaridan, Oʻzbekiston Respublikasi Moliya vazirining 1995-yil 4-apreldagi 17-02/28-xatidan, Oʻzbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksidan hamda buxgalteriya hisobini yuritish va hisobot tuzishga taalluqli barcha amaldagi yoʻriqnoma-lardan foydalanish zarur.

Korxonada, ishlab chiqarish birlashmasi va tashkilot oʻzining barcha boʻlinmalarining moliyaviy-xoʻjalik faoliyatining koʻrsat-kichlarini hisobot shakllarining maʼlumotlariga kiritishi shart.

Moliyaviy hisobot tuzishda hisobot davrining eng oxirgi kalendar kuni hisobot tuzish kuni hisoblanadi. Tugatilgan yoki qayta tashkil qilingan, mulkchilikning davlat shaklini jamoa shakliga oʻzgartirgan subyekt hisobot davrida yil boshlanganidan toʻgʻatilgan (qayta tashkil qilingan) davrigacha hisobot berishning amaldagi shakllari boʻyicha hisobot topshiradi.

Yangidan tashkil etilgan subyektlar oʻz mablagʻlari va ularning manbalarini (sotib olish, qabul qilish qiymatida) hisobotda,

ularni belgilangan tartibda ro'yxatga olingan oyning 1-kunidan boshlab hisobot yilining 31-dekabriga, hisobot yilining 1-oktabrdan keyin tashkil qilingan subyektlar esa, davlat tomonidan ro'yxatga olingan kunidan boshlab hisobot yilidan keyingi yilning 31-dekabriga ko'rsatadilar.

Subyekt balansining moddalari to'liq, o'tkazilgan aktivlar va passivlar inventarizatsiya (yo'qlama)sining ma'lumotlariga asoslangan bo'lishi kerak. Buning uchun yillik hisobotni taqdim etishga qadar, amaldagi doimiy inventarizatsiya komissiyasining a'zolari tomonidan inventarizatsiya natijasida aniqlangan moddiy boyliklarning haqiqiy miqdori bilan buxgalteriya hisobi ma'lumotlari o'rtasidagi farqlar to'g'rilanishi lozim. Shuningdek, debitor va kreditor qarzlari ham taqqoslash dalolatnomasi o'zaro tasdiqlangan hisoblashish jarayonidagi qoldiqlari rasmiylashtirilgan xatlar asosida inventarizatsiya o'tkazilgan bo'lishi kerak. Yillik hisobotga ilova qilinadigan tushuntirish xatida, o'tkazilgan inventarizatsiyalarning soni va natijalari, shuningdek, inventarizatsiya muddati o'tkazilgan inventarizatsiyalarning soni va natijalari, shuningdek, inventarizatsiya o'tkazilmagan bo'lsa, uning sabablari aks ettirilishi shart.

Balans moddalarining miqdori moliya, soliq organlari va bank muassasalarining hisoblari bilan taqqoslangan va aynan bir xil bo'lishi shart. Ushbu hisoblashishlar bo'yicha noaniq miqdorlarni balansda qoldirishga yo'l qo'yilmaydi.

Moliyaviy hisobotning tegishli shakllarida birorta o'chirish yoki chizib to'g'rilash bo'lmasligi kerak. Agar shunday hollarga yo'l qo'yilsa, tuzatilgan sana ko'rsatilgan holda hisobotning ushbu shakllariga mas'ul shaxslar imzo chekib tasdiqlangan va ushbu shaxslarning tegishli izohlari bo'lishi shart.

Joriy yil hisoboti (u tasdiqlangandan so'ng) ma'lumotlarining ham, joriy hisobot ma'lumotlarining ham noto'g'riligi e'tirof etilsa, bu narsa joriy hisobotda (xatoga qaysi davrda yo'l qo'yilgan bo'lsa, o'sha davr hisobiga, chorak, yil boshidan) to'g'rilanadi.

Yillik moliyaviy hisobotni tekshirish mobaynida ishlab chiqarish xarajatlariga, unga bog'liq bo'lmagan xarajatlarni qo'shish natijasida daromadning yashirilganligi yoki moliyaviy natijaning kamaytirilganligi aniqlangan hollarda, joriy yilgi buxgalteriya hisobi va hisobotiga o'zgartirish kiritilmasdan, balki hisobot davrida aniqlangan joriy yil foydasi ko'rinishida hisobotda aks ettiriladi.

Moliyaviy hisobotga yozilgan tushuntirish xati, subyektning hisob siyosatini yoritishi, uning mulkiy va moliyaviy holatini

haqqoniy baholash uchun zarur bo'lgan boshqa ma'lumotlar bilan ham hisobotdan foydalanuvchilarni ta'minlashi kerak.

Tushuntirish xatida subyektning moliyaviy hisoboti buxgalteriya hisobini yuritish qoidalaridan kelib chiqqan holda tuzilganligi ko'rsatilish kerak. Ayrim qoidadan chetga chiqish hollari sodir bo'lganda har bir qoidadan chiqishlarning sababi va natijasi tushuntirish xatida ko'rsatilishi kerak.

Tushuntirish xatida quyidagi qo'shimcha ma'lumotlar yoritilishi kerak:

- subyektlarning huquqiy manzili;
- subyektning asosiy faoliyatining turi;
- hisobot davrida ishlovchilarning o'rtacha yillik soni, shu jumladan, asosiy toifadagilarning ham;
- subyektning ijro va nazorat organlari tarkibining a'zolari (ismi, sharifi va mansabi);
- subyektning ijro va nazorat organlari a'zolariga hisobot davrida to'langan mukofotlarning umumiy miqdori va shu bilan birgalikda subyekt tomonidan to'langan soliq imtiyozlari;
- ayrim turdagi nomoddiy aktivlarning eskirishini ko'rsatgan holda ularning hisobot davrining boshi va oxiriga nisbatan miqdori va hisobot davridagi harakati to'g'risida ma'lumot;
- ayrim turdagi moliyaviy qo'yilmalarning hisobot davrining boshi va oxiriga nisbatan miqdori va hisobot davridagi harakati to'g'risida ma'lumot;
- debitor va kreditor qarzlarning hisobot davrining boshi va oxiriga nisbatan miqdori to'g'risida ma'lumot;
- faoliyatining turi va jug'rofiy savdo hududlari bo'yicha mahsulot, tovar, ish, xizmatlarning sotilish hajmi to'g'risida ma'lumot;
- ishlab chiqarish xarajatlarining tarkibi to'g'risida ma'lumot;
- davr xarajatlarining tarkibi to'g'risida ma'lumot;
- har qanday ta'minlangan majburiyatlarining berilishi va olinishi, subyektning to'lovlari to'g'risida ma'lumot.

Hisobotdan tashqi foydalanuvchilar ushbu ma'lumotlarni chuqur va har tomonlama o'rganib quyidagi imkoniyatlarga ega bo'ladilar:

- u yoki bu subyekt bilan ish yuritish lozimligi va shart-sharoitlarni belgilash;
- ishonchsiz shaxslarga qarz berish yoki bermaslik;
- u yoki bu subyektning aktivini sotib olishning maqsadga muvofiqligi;

- iste'molchi va buyurtmachilar bilan munosabatni to'g'ri o'rnatish;

- kelgusida aloqa qiladigan subyektlarning moliyaviy ahvolini baholash;

- ishni boshlash va yuritish jarayonida ba'zi bir tavakkalchilikni hisobga olish.

Davriy va yillik hisobotlar, asosan, yuqori tashkilot, soliq muassasasi, bank, statistika muassasalariga taqdim qilinadi. Ayrim hollarda ta'minotchilarga, manfaatdor va qiziquvchi shaxslarga hisobot ma'lumotlari ham beriladi.

E'lon qilingan hisobot ma'lumotlariga asosan tashqi iste'molchilar tomonidan qilingan xulosalarning ishonchli va mustahkamligi ishbilarmonlar tomonidan qo'yiladigan talabning asosidir. Shuning uchun har xil noto'g'ri xulosalar ro'yobga chiqmaslik uchun tegishli Nizom va ko'rsatmalar talabiga javob berishi yoki bermasligi uchun oldindan maxsus litsenziyasi bo'lgan yuqori malakali auditor tomonidan tekshirilib tasdiqnomaga olinadi. Ushbu xulosada — tasdiqnomada hisobot ma'lumotlari, subyektning moliyaviy holati baholanadi va bankrotlikka yaqinlik darajasi ko'rsatiladi.

Buxgalteriya hisobining Xalqaro standartidagi asosiy talablardan biri — hisobot tushunarli va oddiy bo'lishidir. Hisobot ma'lumotlarining sifat belgisi, ya'ni «yaxshi» ma'lumotni «yomon» ma'lumotdan ajratish, axborotning o'z joyida va ishonchli bo'lishidir. Chunki o'z joyida va ishonchli bo'lishi u yoki bu qarorni qabul qilishda asosiy ko'rsatkich hisoblanadi. Axborotlarni joy-joyida va ishonchli taqdim qilish ayrim rivojlangan davlatlarda «obyektiv va haqiqat ko'zgusi» deb yuritiladi. Chunki subyektning hisoboti uning holati va faoliyatini aks ettiruvchi ko'zgu hisoblanadi.

Agarda hisobot axboroti, asosan, qiymat bahosiga yoki hozirgi va kelgusi davrda qabul qilinadigan qarorga ta'sir qilsa, o'z joyida berilgan hisoblanadi. Hisobotda keltirilgan ma'lumotlarning joy-joyida berilishiga quyidagi omillar ta'sir qiladi:

- o'z vaqtida — ma'lumotlar zarur vaqtida berilishi shart, chunki kechiktirilgan ma'lumotning qiymati pasayadi yoki umuman unga zaruriyat yo'qoladi;

- prognoz qilish (istiqbolni belgilash) uchun ahamiyati hisobot ma'lumotlari subyektning holati va faoliyatini baholash va qaror qabul qilish uchun asos bo'ladi. Hisobot tuzuvchi ushbu ma'lumotlardan foydalanuvchilarni qaysi ma'lumotlar qiziqtirishini

yaxshi bilishi kerak. Chunki u yoki bu ma'lumotning hajmi va mazmuni qarorlar qabul qilishda qanday kuchga ega bo'lishini bilishi shart. Chunki bu ma'lumotlarga asosan u yoki bu iste'molchi tegishli qaror qabul qiladi;

- moliyaviy-xo'jalik faoliyatini yoritishi bilan bir qatorda kelgusida subyektning faoliyati va ravnaqi uchun qabul qilinadigan qarorlar va tadbirlar uchun asosiy omil hisoblanadi, ya'ni uning kelgusida oladigan daromadlari, sarflar, dividend darajasi, birjadagi bahosi va boshqa ma'lumotlarni aniqlash uchun xizmat qiladi;

- moliyaviy-xo'jalik faoliyatining natijalarini taqqoslash — hisobot ma'lumotlariga asosan subyektning oldingi yillardagi faoliyatining natijalari bilan turdosh subyektlarning ishlab chiqarish va moliyaviy faoliyatlarining natijalari taqqoslanadi va iste'molchilar va investorlar tomonidan u yoki bu tadbir uchun qaror qabul qilishga asos bo'lib xizmat qiladi;

- ishonchli ma'lumotlarni aks ettirish — hisobot ma'lumotlaridan foydalanuvchilar uchun subyektning faoliyatini va unda sodir bo'lgan voqealarni obyektiv, xolisona yorituvchi, sifatini belgilovchi ko'rsatkichidir. Ushbu ishonchli ma'lumotlarni yig'ish va yoritishga quyidagi omillar yordam beradi:

- ma'lumotlarning haqiqiyliigi — berilgan axborotlarda faqat tegishli voqealar yoritilishi shart.

Masalan, agarda hisobotda foyda va zararlar to'g'risidagi ma'lumotlar ma'lum davrni qamragan bo'lsa, faqat shu davrdagi daromadlar va sarflar to'liq yoritilishi lozim; shuning uchun tegishli davrdagi hisobga olish va qo'llanilgan baholar tartibi va usuli, ya'ni hisob siyosati taqdim qilinishi lozim;

- mazmunining shakldan ustunligini — ayrim vaqtlarda hisobotda keltirilgan ma'lumotlar va voqealar har xil tushuniladi. Ushbu voqealarni yuridik va iqtisodiy tomonidan ko'rish lozim. Lekin subyektlarning hisobot ma'lumotlarida muomala va voqealar, asosan, iqtisodiy mazmuniga asoslanib bayon qilinishi lozim;

- xolislik — foydalanuvchilarning qanday bo'lishidan qat'i nazar, axborotlar obyektiv (xolisona) bo'lishi zarur. Buxgalteriya hisobotida foydalanuvchilarning u yoki bu qarorni qabul qilishga yordam beruvchi ma'lumotlar keltirishidan qat'i nazar, undagi ma'lumotlar xolis bo'lishi shart;

- ehtiyotkorlik (konservatizm) — hisobot ma'lumotlarining ishonchlilik darajasini baholayotganda uning noma'lumlik omilini ham e'tibordan chetda qoldirish mumkin emas. Bu ma'lumotlar

oʻtgan yilda sodir boʻlgan voqealarni oʻzida aks ettirishiga qaramay, bu voqealarning kelgusi davrga taʼsir qilishi nuqtayi nazarida oʻrganish natijasida ularning mohiyati ochiladi. Buning uchun ham hisobot tuzayotganda va ushbu natijalarni baholayotganda ehtiyot boʻlish zarur;

- tekshirish mumkinligi — ayrim hollarda u yoki bu muomala yoki voqealarga ishonchsizlik bilan qaralsa, mustaqil va malakali auditorlar tomonidan hisobotdagi maʼlumotlar qisman yoki toʻliq tekshirilishi mumkin;

- maʼlumotlarning taqqoslanishi — hisobot maʼlumotlaridan foydalanuvchilar subyektning hisobotiga asosan uning dinamikasini va tuzilishini tahlil qilishi mumkin. Hisobotlarni taqqoslovchi bahoda yoki birlikda tuzish shu davr ichida ushbu subyekt yoki bir nechta turdosh subyektlarning tijorat, ishlab chiqarish va moliyaviy faoliyatini oʻrganish imkoniyatini beradi.

6.3. Sugʻurtalash

Sugʻurta (*insurance*) — jabrlanuvchining potensial zararlarini qoplashni kafolatlash orqali tavakkalchilik (xavf)ni kamaytirish usuli. Zararlarni qoplash sugʻurta fondidan amalga oshiriladi. Bu fond zarar qilishdan xavfsiragan sugʻurtalanganlar toʻlovlari hisobiga shakllantiriladi va ularning qoplanilishini kafolatlovchi boshqaruvida boʻladi. Sugʻurtasiz, noaniqlik va tavakkalchilik bilan bogʻliq, ishlab chiqarish faoliyatining koʻp turlari mumkin boʻlmagan boʻlar edi.

Tadbirkor tavakkalchilik yoki u bilan bogʻliq potensial zarar miqyosini kamaytirishga yoʻnaltirilgan chora-tadbirlarni koʻrishi mumkin. Yoʻqotishlarning oldini toʻla olib boʻlmaganligi tufayli, tadbirkorlar quyidagi savolni chuqur oʻylab koʻrishi kerak: qanday qilib va qaysi mablagʻlar hisobiga zararlar qoplanishi mumkin?

Sugʻurtaning koʻplab turlari mavjud. Masalan, mulk, yuk, kasbiy javobgarlik, kredit toʻlashdagi tavakkalchilikni sugʻurtalash va boshqalar. Sugʻurta quyidagi funksiyalarni bajaradi:

- moliyaviy yoʻqotishlardan universal himoya vositasi boʻlib, u «asablarni tinchlantiradi» va ertangi kunga ishonch uygʻotadi;

- sugʻurta shartnomasi qatnashchilarini sugʻurta boʻlishi kutilayotgan zararni kamaytirish va minimal qiymatga yetkazishga yoʻnaltiradi;

- sugʻurta sizning moliyaviy holatingizni turli tavakkalchilik va xavflardan saqlaydi. Bunday xavflar, tovar va xizmatga boʻlgan

ehtiyojining kamayishi har bir biznesda uchraydi. Biroq barcha boshqa xavflarni sug'urtalash orqali kompensatsiya qilib bo'lmaydi.

O'zbekistonda sug'urtalash tizimi majburiy va ixtiyoriy sug'urtalashdan iborat. Majburiy davlat sug'urtasi davlat organlari, ixtiyoriy sug'urtalash turli shakldagi mulkchilik sug'urta kompaniyalari tomonidan ta'minlanadi. Hozirgi vaqtda O'zbekistonda 21 sug'urta kompaniyalari faoliyat ko'rsatmoqda. Ular tomonidan 260 turdagi sug'urta xizmati ko'rsatilmoqda.

Sug'urtalash misollari:

Misol. Barcha huquqiy talablarni aniqlab tushunib olish uchun Akbar mehnat va aholini ijtimoiy himoya qilish boshqarmasi bilan bog'landi. U bundan tashqari soliq boshqarmasi va davlat muassasalari bilan ham aloqa o'rnatdi.

Shuningdek, u sug'urta kompaniyasi bilan bog'lanib, o'z biznesining narxini bilmog'chi bo'ldi. U o'zining texnik-iqtisodiy asosnomasidagi «Huquqiy javobgarlik va sug'urta» bo'limini taqdim etdi. Bundan keyin, u soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimini qo'llashga qaror qildi.

Huquqiy javobgarlik va sug'urta soliqlarning quyidagi turlari mening biznesimga tegishli: mikrofirma va kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovi; boj va to'lovlar.

Quyidagi qoidalar mening xodimlarimga tegishli: minimal ish haqi; ish haftasining uzunligi; to'lanadigan mehnat ta'tilining eng kam davomiyligi; bayram kunlari; mehnat muhofazasi va sog'liqni saqlash; kasallik varaqasi.

Menga quyidagi litsenziya va ruxsatnomalar kerak	Xarajatlar
Xizmat ko'rsatish huquqiga ruxsat beruvchi guvoynoma	150 000 so'm
Mening biznesimga quyidagi sug'urta turlari kerak	Xarajatlar
Yagona ijtimoiy to'lov	mehnatga haq to'lash fondining 18 % i

Biznes amaliyoti: quyidagi jadvalni to'ldiring. Bu biznesingizga tegishli bo'lgan huquqiy javobgarlik va kerakli sug'urta turini aniqlash imkonini beradi.

Huquqiy javobgarlik	Menga tegishli	Qayerdan qo'shimcha axborot topish mumkin
Soliqlar		
Qo'shimcha qiymat solig'i		
Jismoniy shaxslarning daromad solig'i		
Jismoniy shaxslarning daromadi (foydasi)dan olinadigan soliq		
Jismoniy shaxslardan mulk solig'i		
Yer solig'i		
Umumiy ovqatlanish va savdo korxonalarining yalpi daromadidan soliq		
Yagona soliq		
Infratuzilmani rivojlantirish solig'i		
Suv zaxiralaridan foydalanganlik uchun soliq		
Aksiz solig'i		
Yagona ijtimoiy to'lov		
Yo'l fondiga ajratmalar		
Nafaqa fondiga ajratmalar		
Litsenziya va ruxsatnomalar		
Yakka tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishga guvohnoma		
Tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bilan shug'ullanish uchun litsenziya		
Xodimlar		
Minimal ish haqi		
Ish kuni uzunligi		
To'lanadigan mehnat ta'tilining eng kam davomiyligi		
Bayram kunlari		
Sog'liqni saqlash va mehnat muhofazasi		
Kasallik varaqasi		
Nafaqa fondiga ajratmalar		
Sug'urta		
Mulkdan		
Zarardan		

TAYANCH SO‘Z VA IBORALAR

Korxonada xarajatlari; bevosita xarajatlari; bilvosita xarajatlari; korxonada daromadlari; moliyaviy boshqarish; moliyaviy hisobot; buxgalteriya hisoboti; buxgalteriya hisobi tizimining uch turi; debitorlik qarzi; kreditorlik qarzi; moliyaviy prognoz; naqd pul aylanishi.



NAZORAT SAVOLLARI

1. Moliyaviy holatni nazorat qilish uchun qanday harakatlarni amalga oshirish kerak?
2. Ishlab chiqarish xarajatlari qanday xarajatlardan tarkib topadi?
3. Qanday xarajatlarga bevosita xarajatlari deyiladi?
4. Qanday xarajatlarga bilvosita xarajatlari deyiladi?
5. Korxonada buxgalteriya hisobi tizimini qanday tashkil etish mumkin?
6. Moliyaviy hisobot deganda nimani tushunasiz?
7. Foyda va zarar to‘g‘risida hisobot qanday tuziladi?
8. Sug‘urta nima va u nimaga kerak?
9. Korxonada buxgalteriya hisobi qanday normativ hujjatlarga asoslanadi?

7-bob. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINI SOLIQA TORTISH TARTIBI

7.1. Soliqlarning iqtisodiy mohiyati va amal qilish xususiyatlari

7.1.1. Soliqlarning iqtisodiy mohiyati, obyektiv zarurligi va xususiyatlari

Soliq tushunchasi iqtisodiy toifa bo‘lib, sinfiy hukmron kuch sifatida yuzaga chiquvchi davlatning paydo bo‘lishi va uning faoliyati davomiyligi bilan bevosita bog‘liqdir. Shu o‘rinda soliq toifasi davlatning iqtisodiy siyosati orqali iqtisodiy voqelik sifatida yuzaga chiqishini ta’kidlash lozim. Soliq tushunchasi tor ma’noda davlat ixtiyoriga boshqalardan majburiy tartibda undiriladigan pul tushumlarini ifodalaydi. Ma’lumki, soliqlar bevosita davlatning paydo bo‘lishi bilan bog‘liqdir, ya’ni davlat o‘zining vakolatiga kiruvchi vazifalarni bajarish uchun moliyaviy manba sifatida soliqlardan foydalanadi.

Soliqlarning amal qilishi, bu — obyektivlikdir, chunki jamiyatni tashkil etuvchi individlarning hammasi ham real sektorda (ishlab chiqarish sohasida) faoliyat ko‘rsatmaydi. Jamiyatda boshqalar tomonidan rad etilgan yoki shug‘ullanish iqtisodiy samarasiz bo‘lgan sohalar ham mavjudki, bular soliqlarning obyektiv amal qilishini talab etadi. Aniqroq qilib aytganda, jamiyatning norentabel (mudofaa, tibbiyot, fan, maorif, madaniyat va boshq.) va rentabel sohaga ajralishi hamda norentabel sohani moliyalashtirishning tabiiy zarurligi soliqlarning obyektiv amal qilishini zarur qilib qo‘yadi, vaholanki, norentabel sohaning ijtimoiy xizmatlari, asosan, davlat tomonidan amalga oshiriladiki, ularni moliyalashtirish usuli sifatida yuzaga chiquvchi soliqlar ham shu tufayli bevosita davlatga tegishli bo‘ladi.

Soliqlarning obyektiv zarurligini bozor iqtisodiyotiga o‘tish sharoitida ikki holat bilan ifodalash mumkin: *birinchidan*, davlatning qator vazifalarini mablag‘ bilan ta’minlash zarurligi, *ikkinchidan*, bozor iqtisodiyoti qonun-qoidalari.

Davlatning bajaradigan funksiyalari, vazifalari ko‘p va bozor iqtisodiyoti rivojlana borishi bilan ba’zi ijtimoiy himoyalangan

bozor munosabatlariga mos kelmaydigan vazifalar yo‘qola borsa, yangilari paydo bo‘la boshlaydi. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish davrida davlatning yangi vazifalari paydo bo‘ladi. Bularga bizning respublikamizda kam ta‘minlanganlarga ijtimoiy yordam ko‘rsatish, bozor iqtisodiyoti infratuzilmasini (sanoatda, qishloq xo‘jaligida, moliya tizimida) tashkil qilish kiradi. Shu yerda davlat kuchli ijtimoiy siyosat tadbirlarini amalga oshirish uchun pensionerlar, nafaqaxo‘rlar, talabalar, ko‘p bolali onalar va boshqalarni ko‘proq mablag‘ bilan ta‘minlash zarurligini anglab, cheklangan tovarlar bahosidagi farqni budjet hisobidan qoplaydi va ularga boshqa xarajatlarni davlat hisobidan amalga oshiradi, mahallalarda kam ta‘minlanganlarga moddiy yordamlar tashkil etadi.

Shu bilan birga, O‘zbekiston davlati jamiyat a‘zolari osoyishtaligini saqlash maqsadida o‘zining mudofaa qobiliyatini saqlab va mustahkamlab turishga, texnika va o‘q-dorilarga ham mablag‘lar sarflaydi, qolaversa, davlat fuqarolar xavfsizligini saqlash, mamlakatda tartib-intizom o‘rnatish, uni boshqarish funksiyalarini bajarish uchun ham ko‘plab mablag‘ yo‘naltirishga majbur. Bunday xarajatlarni amalga oshirishning majburiyligi ular uchun manba bo‘lgan soliqlarni ham obyektiv zarur qilib qo‘yadi.

Qayd etish lozimki, hozirga qadar davlatning funksiyalarini bajarish uchun lozim bo‘lgan moliyaviy mablag‘lar shakllantirishning soliqlardan boshqa usuli jahon amaliyotida qo‘llanilgan emas. Demak, hukmron kuch sifatida davlat mavjud ekan, moliyalashtirish usuli sifatida soliqlar ham amal qiladi. Ma‘lumki, jamiyat iqtisodiy hayoti juda murakkab iqtisodiy hodisalardan iborat. Ana shu murakkablik bevosita soliqlarga ham tegishliki, bu holat soliqlarning iqtisodiy mohiyatini teran anglashni taqozo etadi.

Soliqlar majburiy to‘lovlarni ifoda etuvchi pul munosabatlarini bildiradi. Bu munosabatlar soliq to‘lovchilar (huquqiy va jismoniy shaxslar) bilan ularni o‘z mulkiga aylantiruvchi davlat o‘rtasida bo‘ladi. Korxonalar va tashkilotlar aholiga xizmat ko‘rsatganda, ish bajarish yoki bozorlarda oldi-sotdi qilish jarayonida pul munosabatlarini hosil qiladi. Lekin ular soliq bo‘la olmaydi, soliq munosabati bo‘lishi uchun mamlakatda yaratilgan mahsulot qiymatini taqsimlash yo‘li bilan budjetga majburiy tartibda to‘lanishi yoki undirilishi lozim. Davlat uchun budjetning asosiy manbayi hisoblangan soliqlar katta ahamiyatga ega.

Soliqlar to‘g‘risidagi qarashlar tarixan obyektiv va subyektiv omillarning ta‘sirida shakllangan. Soliqlarga doir turli ta‘riflarni

tahlil qilish ularning konkret iqtisodiy-ijtimoiy taraqqiyotlar jarayonidagi mohiyatini asoslash, soliqlarning iqtisodiy rolini va soliq qonunchiligiga asos bo'lgan soliq tamoyillarini belgilash hamda soliq tizimida, jamiyat taraqqiyotida mavjud bo'lgan soliqlarning tutgan o'rnini aniqlash zarurdir. Chunki davlat paydo bo'lishi bilan soliqlar jamiyatdagi iqtisodiy munosabatlarning zaruriy talablaridan biri bo'lib hisoblanib kelingan. Davlat tuzilish shakllarining rivojlanishi bilan bir vaqtda soliq tizimi o'zgargan va takomillashtirilgan. Soliq tizimining o'zgarishi va takomillashtirilishi soliqlarning turlari, miqdorlari va yig'ib olish usullari xilma-xil bo'lganligi bilan asoslanib kelingan. Masalan, Sharq mamlakatlari iqtisodiyoti tarixida soliqlar aholidan shaxsiy mol-mulk, yerdan olingan hosil, uy hayvonlari va boshqalar uchun «zakot» sifatida olingan.

Soliqlar, yig'imlar, bojlar va boshqa to'lovlar hisobiga davlat moliyaviy resurslari tashkil topadi. Davlat faoliyatining barcha yo'nalishlarini mablag' bilan ta'minlashning asosiy manbalaridan biri va davlat ustuvorligini amalga oshirishning iqtisodiy vositasi soliqlardir.

Soliq tizimini tartibga solish va mukammallashtirish samarali iqtisodiy siyosatni olib borishga, xususan, moliyaviy tizimni rivojlantirishga yordam beradi. Iqtisodiyotni davlat tomonidan soliqlar orqali tartibga solish, budjetni shakllantirish, soliq solish vositasida jamiyatdagi u yoki bu jarayonlarning rivojlanishiga ta'sir etuvchi usuli hisoblanadi. Shunday qilib, davlatning mavjudligi soliqlar bilan uzviy bog'liq, chunki soliqdan tushadigan tushumlar davlat iqtisodiy mustaqilligining bosh manbayidir.

Aholini soliq munosabatlariga kiritish borasida, insoniyat tarixida yirik davlat arboblardan biri, o'rta asrlarda buyuk saltanat barpo qilgan bobokalonimiz Amir Temur katta e'tibor qaratgan. U davlatni idora qilish tizimini yuzaga keltirishda, asosan, soliqlarga tayangan. O'sha davrning davlat moliyasi bu tizimning eng muhim unsurlaridan biri ekanligi, u davlatni boshqarishdagi barcha jihatlariga uzviy bog'langanligi bilan tubdan farq qilib turgani va ayni shu xususiyatga ko'ra, boshqaruvning barcha tarkibiy qismlari orasida markaziy o'rinni egallaganligi bugungi kunga kelib hammaga ayon bo'lmoqda. Ammo soliq munosabatlari haqida qancha rivoyatlar aytib o'tilmagan bo'lsin, uning mohiyati aholi soliq to'loviga nisbatan faqat o'z mohiyatini xazinada topgan. Xazina har qanday tizimda ham davlatni boshqarish vositasi bo'lib xizmat

qilgan. Bunday vosita nafaqat davlatni boshqarishda, balki shuning bilan birgalikda aholi manfaatlarini qondirishda namoyon bo'lgan. Natijada, xazina taqsimoti taraqqiyot tayanchi bo'lib xizmat qilgan.

Soliqlar qadimgi davrlardan e'tiboran olingan, ammo u vaqtlarda soliqlar ozod va erkin bo'lmagan shaxsning belgisi bo'lib xizmat qilgan. Adam Smit (1723—1790, shotland faylasufi va iqtisodchisi) o'zining «Xalqlar boyligining sabablari va tabiatlari» nomli kitobida (1776) ilk bor soliq tamoyillarini asoslab berdi, soliqlarning ahamiyatini yoritib, ularni davlatga to'lash qullik emas, balki erkinlik alomati ekanligini asoslab berdi.

Soliqlar davlat budjeti daromadlarini tashkil etuvchi asosiy manba va iqtisodiyotni boshqaruvchi muhim qurol hisoblanadi. Biroq bu ta'rif soliqlarning mohiyatini to'laligicha yoritmaydi hamda soliqlarning tashkiliy-huquqiy tomonlarini o'zida aks ettirmaydi. Bundan tashqari, iqtisodiy munosabat sifatida, bu munosabatlar obyekt bo'lib nima hisoblanadi, savoliga javob bera olmaydi.

Shuni ta'kidlash kerakki, professor O. Olimjonovning fikriga ko'ra, soliqlar quyidagicha ta'riflansa, soliqlarning mohiyati kengroq yoritiladi va maqsadga muvofiq bo'ladi: «Soliqlar — davlat va jamiyatning pul mablag'lariga bo'lgan ehtiyojini qondirish maqsadida qonun tomonidan belgilab qo'yilgan hajmda va o'rnatilgan muddatda jismoniy va huquqiy shaxslardan davlat ixtiyoriga majburiy ravishda undirib olinadigan to'lovlardir»¹.

Bizningcha, soliqlarga berilgan mana shu ta'rif eng maqbul bo'lib, soliqlarning mohiyati, ularning iqtisodiyotdagi o'rni va rolini, soliqlarning harakat jarayonini nazariy jihatdan chuqurroq yoritib, soliqlar haqida aniqroq tasavvur hosil qilishga yordam beradi. Tarixan soliqlar, davlatni saqlab turish uchun zarur bo'lgan majburiy to'lovlar sifatida, davlat paydo bo'lishi bilan vujudga kelgan. Soliqlar, davlat faoliyat ko'rsatishining moddiy asosini tashkil etadi, ularning iqtisodiy tabiati xuddi shu yerdan kelib chiqadi. Biz soliqlarning iqtisodiy mohiyatini to'liq tushunishimiz uchun, dastavval, soliq so'zining tarixan mavjud bo'lgan iqtisodiy ma'nosini to'g'ri tushunib tahlil qilib olishimiz lozim.

Soliq tushunchasi — iqtisodiy munosabatlarda asosiy o'rinni egallaydi. Uning xarakterli tomoni shundaki, u tadbirkorlik

¹ O. Olimjonov. Bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida soliq siyosati. «Hayot va iqtisod» jurnali, 1992.

faoliyati bilan shug'ullanadigan yuridik va jismoniy shaxslardan ularga mulkchilik, xo'jalik yuritish yoki tezkor boshqaruv huquqida tegishli bo'lgan pul mablag'larini davlat va munitsipal tuzilmalarni moliyaviy ta'minlash maqsadida begonalashtirish shaklida undiriladigan majburiy, yakka tartibdagi qaytarib berilmaydigan to'lovlarni aks ettiradi, ya'ni soliq — davlat tomonidan xo'jalik yurituvchi subyektlar va fuqarolardan majburiy-qonuniy tartibda belgilangan stavkalar bo'yicha, soliq to'lovchining bundan biron-bir muayyan manfaat ko'rishi bilan bevosita bog'lanmagan tarzda undiriladigan pul yig'imi.

Hozirgi vaqtda soliqlar vositasida davlat daromadlarining asosiy qismi shakllantiriladi. Bozor munosabatlarining shakllanishi davrida soliqlar korxonalarining iqtisodiy faoliyatini tartibga solishning bilvosita quroli hisoblanadi.

Yuqoridagi ta'riflarni tahlil qilgan holda quyidagilarni ifodalash mumkin:

a) soliqlarni belgilash huquqi faqat davlatning qonun chiqaruvchi oliy organi — parlamentga beriladi;

b) soliqni fuqaro (yuridik yoki jismoniy shaxs), mulkdor to'laydi;

d) soliq davlat budjetiga daromad olish uchun belgilanadi;

e) soliq to'lash majburiy xususiyatga ega.

Demak, soliqlar — bu budjetga tushadigan pul va qonunda belgilangan majburiy munosabatdir. Soliqlarning majburiyligi Oliy Majlis tomonidan tasdiqlangan huquqiy va me'yoriy qonunlar bilan ta'minlanadi. Shunday ekan, soliqlarni to'lamaslikka, soliq obyektini yashirishga, soliq summasini kamaytirib ko'rsatishga na huquqiy, na jismoniy shaxslarning haqi yo'q.

Soliq to'lash xo'jalik yurituvchi subyektlar va fuqarolar bilan davlat o'rtasida yangidan yaratilgan qiymatni taqsimlashning asosiy vositasi hisoblanadi. Biron-bir jamiyatni soliq tizimimiz tasavvur qilish mumkin emas. Chunki soliqlar budjet daromdlari (pul fondi)ni tashkil etishning asosiy vositasi bo'libgina qolmay:

- mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirishga;
- ishlab chiqarishni rag'batlantirishda investitsiyalarni ko'paytirishga;
- raqobatbardosh mahsulot hissasini ko'paytirishga;
- kichik va o'rta biznesni rivojlantirishga;
- xususiy korxonalar ochish bilan bog'liq bo'lgan bozor infratuzilmasini barpo qilishga;

- umumdavlat ehtiyojlarini qondirishga va boshqalarga xizmat qiladi.

Jamiyat rivojlanishi tarixida hali birona davlat soliqlarsiz mavjud bo'lgan emas. Bozor iqtisodiyotida ham davlat o'zining ichki va tashqi vazifalarini, har xil ijtimoiy, iqtisodiy va siyosiy chora-tadbirlarni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan mablag'larning asosiy qismini soliqlar orqali to'playdi. Jumladan, soliqlar respublika va mahalliy budjetlar daromadlarini shakllantiradi, davlat ijtimoiy dasturlari uchun moliyaviy negiz yaratadi, soliq to'lovchi shaxslarning tadbirkorlik faoliyatini boshqaradi, ularning tabiiy resurslardan unumli foydalanishga bo'lgan intilishini rag'batlantiradi, narx belgilashga ta'sir ko'rsatadi, aholining turmush darajasini tartibga solib turadi. Imtiyozlar yordamida aholining kam ta'minlangan qatlamlarini ijtimoiy himoya qilishni tashkil etishga yordam beradi va h.k. Shuning uchun soliqlar orqali shakllangan mablag'larning eng kam miqdori davlat vazifasi bajarilishiga taalluqli eng kam xarajat hajmi bilan bog'liq bo'ladi va shu hajm bilan chegaralanadi.

Soliqlar rivojlangan tovar ishlab chiqarishning muhim kategoriyasi bo'lib, albatta, yanada kengroq kategoriya — davlat budjeti bilan chambarchas bog'langan. Chunki soliqlar budjetning shakllanishida ishtirok etadi¹. Soliqlar moliyaviy resurslarning davlat ixtiyorida to'planib borishini ta'minlaydi, bu resurslardan iqtisodiy rivojlanishning umumdavlat, mintaqaviy vazifalarni hal qilish, ishning samaradorligi va sifatini rag'batlantirish, ijtimoiy adolat tamoyillaridan kelib, daromadlarni tartibga solish uchun foydalaniladi.

7.1.2. Soliqlarning umumiy belgilari va boshqa iqtisodiy kategoriyalardan farqi

U yoki bu iqtisodiy kategoriyaning mohiyatini chuqurroq anglash uchun unga xos umumiy belgilarni aniqlash lozim bo'ladi. Masalan, kredit iqtisodiy kategoriya sifatida muddatlilik, qaytarishlik, muayyan miqdorda ustama haq (foiz) to'lash kabi umumiy belgilarga egaki, ushbu belgilar kredit kategoriyasi mohiyatini kengroq yoritish uchun xizmat qiladi. Xuddi shu kabi soliq kategoriyasi ham bir qator o'ziga xos belgilarga egaki, ushbu belgilar soliqlarni boshqa to'lovlardan farqlash uchun xizmat qiladi.

¹ A. Vahobov, Z. Sirojiddinov. O'zbekiston Respublikasining Davlat budjeti. TMI, 2002. 36-bet, 115-bet.

Shuni alohida qayd etish lozimki, soliqlarning belgilari borasida ham iqtisodchi olimlar tomonidan turli xil fikrlar mavjud. Masalan, professor Q. Yahyoyev soliqlarning umumiy belgilari sifatida quyidagilarni asoslaydi:

1. Soliqlar va yig'imlar majburiy bo'lib, bunda davlat soliq to'lovchining bir qism daromadlarini majburiy badal sifatida budjetga olib qo'yadi. Bu majburiylik Oliy Majlis tomonidan tasdiqlangan Soliq kodeksining qoidalari asosida amalga oshiriladi. Demak, majburiylik belgisi huquqiy jihatdan davlat tomonidan kafolatlanadi.

2. Soliqlar xazinaga — davlat budjetiga tushadi. Ammo boshqa turdagi to'lovlar «Iste'dod», «Ekosan» kabi jamg'armalarga tushishi soliq munosabatlarini aks ettirmaydi.

3. Soliqlar qat'iy belgilangan va doimiy harakatda bo'ladi. Tarixan asrlab o'zgarмай harakatda bo'lgan soliqlar mavjud. Uning ilmiy asosi qancha chuqur bo'lsa, shuncha qat'iy va uzoq yillar o'zgarmasdan harakat qiladi.

4. Davlatga to'langan soliq summasi to'lovchining o'ziga to'liq qaytmaydi, ya'ni u ekvivalentsiz pul to'lovidir¹.

Rus iqtisodchisi A. Medvedev o'zining «Soliqlarni qanday rejalashtirmoq kerak?» nomli kitobida soliqlarga xos bo'lgan ikki belgini, ya'ni majburiylik va ekvivalentsizlik kabi belgilarni qayd etadi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, bizningcha, soliqlarning umumiy belgilarini quyidagicha ifodalash mumkin:

1. Soliq to'lovchi pulning u yoki bu summasini davlatga to'lar ekan, buning evaziga bevosita biron-bir tovar yoxud xizmat olmaydi. Alohida olingan soliq to'lovchi tomonidan to'langan soliq miqdori bilan u iste'mol qiladigan ijtimoiy ne'matlar o'rtasida to'g'ridan to'g'ri bog'liqlik mavjud bo'lmaydi. Xuddi ana shu xususiyatiga ko'ra, soliq narxdan (tovar yoki xizmatlarni ixtiyoriy iste'mol qilganligi uchun to'lanadigan haq sifatida), ruxsatnoma (litsenziya)lar va vositachilik yig'imlaridan farq qiladi, chunki bular majburiy yoki ixtiyoriy to'lovlar hisoblansa-da, biroq hamma vaqt hukumat tomonidan ko'rsatilgan xizmatdan muayyan foyda (naf) ko'rilishi bilan bog'liqdir.

¹ Q.A. Yahyoyev. Soliqqa tortish nazariyasi va amaliyoti. T., «Fan va texnologiyalar», 2003.

Davlatga to‘lanadigan soliqlar bilan uning evaziga olinadigan iqtisodiy va ijtimoiy ne‘matlar o‘rtasida bevosita, har bir kishining ko‘zi ilg‘aydigan bog‘liqlikning yo‘qligi soliq to‘lovchilar soliqqa tortishni yuk sifatida baholashlari uchun sabab bo‘ladi, vaholanki, ular soliqlar hisobidan qilinadigan davlat xarajatlarining yo‘nashini ma‘qullashlari ham mumkin.

Alohida olingan soliq to‘lovchi, odatda, jamiyat va o‘zining ko‘rgan foydasi yoki manfaatini to‘lagan soliqlari bilan solishtirib o‘tirmaydi. Bu shunga olib keladiki, oqibatda fuqarolarning bir qismi soliqlar to‘lashdan bo‘yin tovlashga, o‘z daromadlarini yashirishga urinadi. Davlat o‘z fuqarolaridan yig‘ib olgan soliqlarni samarali va oshkora tarzda ishlatsa hamda fuqarolarning aksariyat qismi davlatning iqtisodiy-ijtimoiy va boshqa dasturlarini o‘z mablag‘lari hisobidan pul bilan ta‘minlashga rozi bo‘lgandagina yuksak soliq axloqi tamoyillari yuzaga keladi.

2. Soliqlar majburiy to‘lovlar hisoblanadi. Soliqlarning to‘liq miqdorda va o‘z vaqtida to‘lanishi uchun javobgarlik soliq to‘lovchilar zimmasiga yuklangan bo‘lsa-da, ular ixtiyoriy emas, majburiy ravishda to‘laydilar, davlat soliq to‘lashdan bo‘yin tovlaganlarni qattiq jazolaydi.

3. Davlat foydasiga soliq to‘lash orqali daromadning avvaldan belgilab qo‘yilgan, eng muhimi, qonuniy tartibda ko‘zda tutilgan qismi undirib olinadi. Ko‘pgina davlatlarning, shu jumladan, O‘zbekistonning ham qonunlarida soliqlarni belgilash va ularning hajmlarini aniqlashga faqat oliy qonun chiqaruvchi hokimiyat yoki uning tomonidan vakolat berilgan organlar haqlidir, deb mustahkamlab qo‘yilgan. O‘zining xohish-istagiga qarab, yangi soliqlar belgilash yoki ularning hajmlarini aniqlashga hech kimning haqi yo‘q. To‘lovlarning qonuniy, ochiq-oydin xususiyatga ega bo‘lishi soliqlarning bosh tavsifi hisoblanadi.

4. Soliqlarning yana bir belgisi ularning davlat yoki mahalliy budjetga kelib tushishidir, ya‘ni soliqlar budjetdan tashqari fondlar yoki turli xil boshqa fondlarga kelib tushmaydi.

5. Soliqlarga xos bo‘lgan umumiy belgilardan biri sifatida davlat hamda yuridik va jismoniy shaxslar o‘rtasida mulkchilikni qayta taqsimlash jarayoni yuzaga kelishidir. Soddarog‘ qilib aytganda, korxonalar va aholidan olinadigan soliqlar, aslida ular mulkining ma‘lum bir qismining davlat hisobiga o‘tkazilishini bildiradi. Bu bilan xo‘jalik yurituvchi subyektlarga tegishli bo‘lgan mulk daromad shaklida majburiy to‘lov bo‘lib, davlat mulkiga aylanadi.

Demak, yuqorida qayd etilgan soliqlarga xos bo'lgan umumiy belgilar ularning iqtisodiy mohiyatini ochishga xizmat qiladi. Soliq kategoriyasi boshqa iqtisodiy kategoriyalar: moliya, kredit, sug'urta, investitsiya kabilar bilan umumiy o'xshashlikka ega, ya'ni ularning barchasi pulli munosabatlarni ifodalaydi. Lekin soliqlarning o'ziga xos yuqorida qayd etilgan belgilari mavjudki, ushbu belgilar soliqlarni boshqa iqtisodiy kategoriyalardan farqlash uchun xizmat qiladi.

7.1.3. Soliqlarning funksiyalari va vazifalari

Soliqlarning iqtisodiy mohiyati davlat bilan huquqiy va jismoniy shaxslar o'rtasida vujudga keluvchi obyektiv majburiy to'lovlarga asoslangan moliyaviy munosabatlar orqali xarakterlanadi. Bu moliyaviy munosabatlar maxsus ijtimoiy xarakterga ega bo'lib, milliy daromadning bir qismi bo'lgan pul mablag'larini davlat ixtiyoriga safarbar qilishga xizmat qiladi.

Soliqlarning mohiyati ularning bajaradigan funksiyalaridan kelib chiqadi. Har bir iqtisodiy kategoriyaning o'z funksiyasi mavjud. Soliq ham mustaqil kategoriya sifatida o'zi bajaradigan funksiyalarga ega bo'lib, bu funksiyalar soliq kategoriyasining amaldagi harakatini ifodalaydi. Funksiya deganda, odatda, kategoriyaning hayotda ko'p qaytariladigan, takrorlanadigan doimiy harakatlarini tushunish lozim.

Soliqlarning funksiyalari ularning mohiyati amaliyotda harakat qilayotganligini ko'rsatadi. Shunday ekan, funksiya doimo yashab, soliq mohiyatini ko'rsatib turishi zarur. Bugun paydo bo'lib, ertaga yo'q bo'lib ketadigan holatlar soliq funksiyasi bo'la olmaydi. Demak, funksiya kategoriyasi doimiy, qat'iy takrorlanib turadigan voqelikni ifodalaydi. Shunday uslubiy yondashishdan kelib chiqib, soliqlar funksiyasini aniqlash kerak.

Soliqlarning funksiyalari masalasida katta bahslashuvlar mavjudligi bois, yagona bir fikrga kelingan emas. Ko'pchilik iqtisodchilar soliqlarga fiskal, boshqaruvchi, rag'batlantiruvchi, nazorat funksiyalari xos, deb ta'rif berishadi.

Bizning fikrimizcha, soliqlarning quyidagi asosiy funksiyalarini ajratib ko'rsatish maqsadga muvofiqdir:

1. Soliqning fiskal funksiyasi.
2. Tartibga solish funksiyasi.
3. Rag'batlantirish funksiyasi.
4. Soliqning nazorat funksiyasi.
5. Soliqni hisoblash jarayonini axborot bilan ta'minlash funksiyasi.

1. Soliqlarning asosiy funksiyasi — fiskal funksiya hisoblanib (lotincha *fiscus* soʻzidan olingan boʻlib, *xazina* maʼnosini anglatadi), bu funksiyaning mohiyati shundan iboratki, soliqlar yordamida davlatning moliya resurslari hosil qilinadi hamda davlat faoliyat koʻrsatishi uchun moddiy sharoit yaratiladi. Soliqlar orqali korxonalar va fuqarolar daromadining bir boʻlagini davlat apparatini, mamlakat mudofaasini, noishlab chiqarish sohasining, umuman, oʻz daromadlari manbayiga ega boʻlmagan qismini (koʻpgina madaniyat muassasalari, jumladan, kutubxonalar, arxivlar va boshq.) yoki lozim darajada rivojlanishini taʼminlash uchun oʻzining mablagʻi yetishmaydigan tarmoqlarni (fundamental organ, teatrlar, muzeylar, koʻplab oʻquv yurtlari va h.k.) saqlab turish maqsadida undirib olish yoʻli bilan davlat budjetining daromad qismini shakllantirish soliqlar fiskal funksiyasining eng muhim elementi hisoblanadi.

Ishlab chiqarish rivojlanishi bilan fiskal funksiyaning ahamiyati ortib boradi. Ishlab chiqarish ijtimoiy tusaligining chuqurlashishi fan-texnika taraqqiyotining rivojlanishi munosabati bilan, asosan, soliqlar hisobiga shakllantiriladigan moliyaviy resurslar oqimini koʻpaytirishning real zarurati yuzaga keladi. Davlat iqtisodiy va ijtimoiy tadbirlarga koʻproq eʼtibor bergan sari, koʻp moliyaviy resurslarni sarflamoqda, lekin soliq tizimi oʻzining fiskal funksiyasi vazifalarini bajarishi jarayonida ishlab chiqarishning oʻsishiga, jamʼarish jarayoniga xalal bermasligi, ijtimoiy adolatni buzmasligi hamda xalq xoʻjaligining umumiy tuzilmasida buzilishlar va chetga chiqishlar sodir boʻlishiga yoʻl qoʻymasligi, bozor jarayoniga putur yetkazmasligi kerak.

Soliqlarning ushbu funksiyasi orqali hosil boʻladigan pul resurslari davlat fondi (davlat budjeti) orqali qayta taqsimlanadi, ular ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirishga, ustuvor tarmoqlarni investitsiyalashga yoʻnaltiriladi.

Jahon amaliyotida ijtimoiy himoyaga muhtoj boʻlgan shaxslar uchun soliq imtiyozlari va yuqori daromad oluvchi shaxslar uchun progressiv stavkalar belgilash ham qoʻllanadi, yaʼni aholining kam daromad oladigan qismini ijtimoiy himoya qilish maqsadida daromadlarning bir qismi qayta taqsimlanadi. Bunday yondashuvlar soliqqa tortiladigan daromad aniqlanayotganida soliqqa tortilmaydigan minimum miqdoridagi daromad qoʻshilmaydi, ayni paytda, ortiqcha daromadlar soliqqa yuqori progressiv stavkalar boʻyicha tortiladi.

Soliqlarning koʻpchiligi ishlab chiqaruvchilar va isteʼmolchilarni yuzaga kelgan vaziyatni hisobga olgan holda joylarda korxonalar

faoliyatining iqtisodiy shart-sharoitlarini o'zgartirishga majbur etib, moliyaviy resurslarni makrodarajada qayta taqsimlashga olib keladi.

2. Bozor munosabatlarining shakllanishi va rivojlanishi sharoitida soliqlarning ikkinchi muhim funksiyasi — ularning iqtisodiyotdagi tartibga soluvchilik roli hisoblanadi, ya'ni davlat soliqlar orqali tovarlar, xizmatlarni ishlab chiqarish va sotishning iqtisodiy shart-sharoitini tartibga soladi va bu bilan xalq xo'jaligi tarmoqlarining iqtisodiy faoliyatini amalga oshirish uchun muayyan «soliq muhiti»ni yaratadi. Ushbu funksiya orqali soliq tizimiga ta'sir ko'rsatadi, ya'ni muayyan tarmoqda ishlab chiqarish sur'atlarini rag'batlantiradi yoki jilovlab turadi, sarmoyaning bir tarmoqdan soliq muhiti eng ma'qul bo'lgan boshqa tarmoqqa qo'yilishini kuchaytiradi yoki pasaytiradi, shuningdek, aholining to'lovga qobil talabini kengaytiradi yoki kamaytiradi.

Soliqlarning tartibga soluvchi sifatidagi funksiyasining ahamiyati bozor sharoitida o'sib boradi, bu davrda tadbirkorlarni ma'muriy qaram qilish usullari yo'q bo'lib ketadi yoki juda oz holda qoladi, korxonalar faoliyatini farmoyishlar, ko'rsatmalar va buyruqlar yordamida idora qilish huquqiga ega bo'lgan «yuqori tashkilot» tushunchasining o'zi asta-sekin yo'qola boradi. Biroq iqtisodiy faollikni izga solib turish, uning rivojlanishini jamiyat uchun maqbul bo'lgan yo'nalishda rag'batlantirish zarurati saqlanib qoladi.

3. Rag'batlantirish soliq tizimining eng muhim funksiyalaridan biri bo'lib, ishlab chiqarishni rivojlantirishga, moddiy xomashyo resurslari, shuningdek, moliyaviy va mehnat resurslari, jamg'arilgan mol-mulkdan samarali foydalanishga rag'batlantiruvchi ta'sir ko'rsatadi, ya'ni soliq yukini kamaytirish orqali ishlab chiqarishni rivojlantirishga, moliyaviy ahvolni mustahkamlashga va investitsiya faoliyatini jonlantirishga rag'batlantiradi. Soliqlarning rag'batlantirish funksiyasi orqali davlat xalq xo'jaligi taraqqiyotini rag'batlantiradi, bu bilan fiskal funksiyani bajarish uchun bazani kengaytiradi, ishlab chiqarishni soliqlarning rag'batlantirish funksiyasi orqali rag'batlantirib, davlat oqilona soliq siyosatini olib borish bilan soliq yukini kuchaytirmasdan, xo'jalik yurituvchi subyektlarning erkin faoliyat ko'rsatishi ta'minlanadi.

4. Soliqlarning nazorat funksiyasi soliq to'lovchi tomonidan taqdim etilgan soliqqa tortish obyektini, soliqqa tortiladigan baza, imtiyozlar singari va h.k. tegishli soliq ko'rsatkichlarining hisob-kitoblarini tekshirishdek ancha murakkab jarayondan iborat. Soliq hisobi soliq idoralariga belgilangan soliq hisobi shakllari orqali

soliq to'lovchilar o'zlarining soliq majburiyatlarini qanday bajarayotganliklarini yanada samarali nazorat qilish imkonini beradi.

5. Soliqlarni hisoblash jarayonini axborot bilan ta'minlash funksiyasi ham muhim ahamiyat kasb etib, bu funksiya orqali xarajatlar hajmi va konkret soliqlar davlatning qanday ijtimoiy-iqtisodiy funksiyalarini bajarishga sarflanganligi to'g'risida axborot berib turilishi juda zarurdir. Shunday qilinsa, soliqlarning budjetga tushishi to'liq, o'z vaqtida va oson kechadi.

Soliq funksiyalarini qisqacha ko'rib chiqishimiz, soliqlar moliya resurslarini tiklash, xo'jalik faoliyatini tartibga solish va daromadlarni ijtimoiy jihatdan ahamiyatli maqsadlar uchun qayta taqsimlash bo'yicha muhim vazifalarni bajaradi, deb xulosa chiqarishimiz uchun imkon beradi.

Soliqlar iqtisodiyotning tarixiy rivojlanishi bosqichlarida ushbu rivojlanish jarayonlarini ta'minlash maqsadiga bo'ysunuvchi vazifalarni bajaradi. Soliqlarning funksiyalari esa ana shu vazifalarni bajarishga xizmat qiladi. Soliqlar bajaradigan vazifalar ko'pchilik mamlakatlarning soliq qonunchiligida umumiy o'xshashliklarga ega. Ana shunday an'anaviy soliq vazifalariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- umumdavlat vazifalarini hal qilish uchun davlatga zaruriy moliyaviy resurslar ta'minlab berish. Soliqlarning fiskallik funksiyasi ushbu vazifani hal qilish maqsadlariga xizmat qiladi. Bu vazifani hal qilish davlatning iqtisodiyotga qay darajada aralashuviga ko'p jihatdan bog'liq. Bu ko'rsatkich qanchalik yuqori bo'lsa, soliqlarning fiskallik funksiyasi shunchalik faol bo'ladi. Ammo soliqlarning ushbu vazifasi faqat iqtisodiy jarayonlarni qamrab olmaydi, balki davlatning noishlab chiqarish xarajatlarining ko'payishi ham davlatning ortiqcha moliyaviy resurslarga muhtojligini keltirib chiqaradi;

- mamlakat iqtisodiyotida qulay investitsiya muhitini yaratishga ko'maklashish. O'zbekiston Respublikasida soliqlarning ushbu vazifasini bajarishi o'ziga xos xususiyatlarga ega. Asosiy xususiyatlardan biri shundaki, hozirgi kunda sarmoyalarning asosiy qismi savdo va xizmatlar sohasiga yo'naltirilayotganligi tashvishli holdir. Buning asosiy sababi foyda me'yorining bu sohalarda kattaligidir. Soliqlar sarmoyalarni bevosita mahsulot ishlab chiqarish sohasiga yo'naltirishning qudratli vositasi bo'lishi kerak;

- aholining mehnat faolligini rag'batlantirish. Soliqlar deyarli barcha mamlakatlarda ushbu vazifani bajaradi. Chunki ular aholi daromadlarini tartibga solishning muhim vositasi hisoblanadi.

Daromadlardan olinadigan soliq stavkalarining eng yuqori chegarasini sezilarli darajada pasaytirish ishchi kuchining taklifi bilan bog'liq salbiy oqibatlarining oldini olishi mumkin. O'tgan asrning 70—80-yillarida Shvetsiyada soliq stavkalarining aholi daromadlariga progressiv ravishda qo'llash malakali ishchilarning boshqa mamlakatlar tomon migratsiyasiga olib kelgan;

- iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish maqsadida daromadlarni taqsimlashning samaradorlik va adolat prinsiplari o'rtasidagi muvofiqlikka erishish. Amaldagi soliqlarga barqarorlik va moslashuvchan soliq stavkalarining xosligi soliqlarning uzoq muddatli vazifalarini amalga oshirishga zamin yaratadi. Milliy va xorijiy investorlar kapital qo'yilmalarini amalga oshirar ekan, ular o'zlarining soliq majburiyatlarini aniq bilishi kerak. Soliq turlari va stavkalari barqaror va tez-tez o'zgaraydigan bo'lishi kerak. Soliq tizimiga mustahkam ishonch bo'lmagan taqdirda uzoq muddatli investitsiyalarning harakati susayadi.

Yuqorida aytib o'tganimizdek, soliqlarning budjetga ijobiy ta'siridan tashqari, muhim iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish sohasida ham ulardan faol foydalanish mumkin. Narx-navoning isloh qilinishi, tashqi savdoning erkinlashtirilishi, mehnat bozorining isloh qilinishi va h.k.lar yangi paydo bo'lgan tijorat strukturalarini moliyaviy jihatdan qo'llab-quvvatlash zaruriyatini yuzaga keltiradi. Bu vazifani soliq stavkalarini tabaqalashtirish yo'li orqali hal etish mumkin.

Shunday qilib, soliqlarning vazifalari ularni amalga oshirish muddatiga qarab, qisqa muddatli, o'rta va uzoq muddatli vazifalarga bo'linadi. Bu vazifalar mazmuniga ko'ra, bir-biridan farq qiladi. Soliqlar nafaqat davlat budjetining tushumlariga bo'lgan ehtiyojlarni qondirishga, balki davlat daromadlarini budjetning o'rta muddatli rejada hayotiyligini yaxshilash maqsadida moslashuvchanligini amalga oshirishga ham xizmat qilishi mumkin.

7.1.4. Soliqqa tortish tamoyillari

Soliqlarning funksiyasini o'rganish ularning iqtisodiyotdagi rolini ko'rsatib bersa, soliqqa tortish tamoyillari soliq munosabatlarini amaliyotda tashkil etish, soliqqa tortish, uni undirish amaliyotining mazmunini ochib beradi. Ko'plab iqtisodchilar soliqqa tortish iqtisodiyotning ravnaqiga olib kelishi mumkin bo'lgan tamoyillarni qayd etishgan.

Soliqqa tortish tamoyillarini A. Smit o'zining «Xalqlar boyligining sabablari va tabiatlari» nomli kitobida ilk bor asoslab bergan:

1. Davlat fuqarolari davlat xarajatlarini qoplashda o'zlari hukumat muhofazasida foydalanayotgan daromadlariga muvofiq tarzda qatnashishlari lozim.

2. Har bir odam to'laydigan soliq aniq belgilab qo'yilgan bo'lishi kerak, bunda o'zboshimchalik ketmaydi. Soliq miqdori, to'lanadigan vaqti va tartibi uni to'lovchiga ham, boshqa har qanday odamga ham birday aniq va ma'lum bo'lishi zarur.

3. Har bir soliq to'lovchiga har jihatdan qulay bo'lgan vaqtda va tartibda undirilishi kerak.

4. Har bir soliq shunday tarzda tuzilishi kerakki, bunda soliq to'lovchining hamyonidan ketadigan pul davlat budjetiga kelib tushadigan mablag'ga nisbatan ortiq bo'lishiga mumkin qadar yo'l qo'yilmasin.

Hozirgi sharoitga tatbiqan olganda, soliqqa tortish samarali tizimining quyidagi tamoyillarini ta'riflab o'tish mumkin:

1. *Yetarlilik tamoyili.* Ushbu tamoyilga muvofiq, soliqqa tortish darajasi shunday bo'lishi lozimki, u davlat intilayotgan xalq xo'jaligi samaradorligiga erishishni kafolatlay olsin. Soliqqa tortish tizimi iqtisodiyot, ijtimoiy himoya, mudofaa qobiliyati va boshqa sohalardagi davlat siyosatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan moliya resurslari to'planishini ta'minlasin. Shuni ham ta'kidlab o'tish lozimki, soliq stavkalari o'zicha olganda soliq yuki ko'rsatkichi hisoblanmaydi, chunki soliq to'lovchi soliq to'lar ekan, davlat tomonidan bepul xizmatlardan bahramand bo'lgani holda ayni chog'da o'zining ba'zi xarajatlarini qisqartiradi. Masalan, davlat umumiy foydalanish yo'llarining holati yaxshi saqlanishini ta'minlash bilan soliq to'lovchining transport xarajatlarini kamaytiradi, bepul maorif, sog'liqni saqlashni ta'minlash bilan yollanma xodimlarning xarajatlarini qisqartiradi, demak, ish haqi xarajatlarini ham kamaytirgan bo'ladi. Shunday qilib, to'langan soliqlarning faqat xizmatlar ko'rinishidagi talab etilmagan bir qismigina soliq yuki ko'rsatkichi hisoblanadi. Xulosa qilib aytish mumkinki, yetarlilik tamoyili soliq siyosatini belgilayotganda, uni davlatning qabul qilingan ijtimoiy-iqtisodiy siyosati bilan qat'iy ravishda uyg'unlashtirishni taqozo etadi.

2. *Tadbirkorlik va investitsiyalarni rag'batlantirish.* Soliq tizimi xo'jalik yurituvchi subyektlarni, jumladan, chet el subyektlarini,

ishlab chiqarishni rivojlantirish, uskunalar va zamonaviy texnologiyalar sotib olish uchun mablag' yo'naltirishni, ya'ni kapital jamg'arish va shu yo'l bilan texnologiyalarni takomillashtirish, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirishi lozim.

Soliq tizimi resurslarning samarali taqsimlanishiga to'sqinlik qilmasligi hamda xo'jalikni mustaqil yuritish omillarini cheklab qo'ymasligi lozim. Agar soliqlar katta bo'lgani uchun tadbirkorlarning ishlab chiqarishni kengaytirishdan, boshqa turdagi iqtisodiy faoliyat ko'rsatishdan manfaatdorligiga putur yetkazsa, mamlakat iqtisodiyoti pastga qarab ketishi xavfi tug'iladi. Soliqlar miqdori haddan tashqari katta qilib belgilansa, ishlab chiqarish hajmlari kamayib ketadi, bu jarayon zaxiralar, banklardagi pul mablag'larining barakasi uchishiga, ilgari to'plangan mablag'larning yoyilib ketishiga olib keladi.

Soliqqa tortish, agar u, *birinchidan*, ishchi kuchini ishlab chiqarish uchun talab qilinadigan darajada saqlab turishga zarur bo'lgan iste'molning minimal hajmlariga salbiy ta'sir etsa, *ikkinchidan*, mehnatga nisbatan iqtisodiy va moddiy rag'batlarning harakat doirasini toraytirib qo'ysa, *uchinchidan*, jamg'arma miqdorini kamaytirs va mablag'ning to'planish jarayonini sekinlashtirsa, ishlab chiqarish imkoniyatlarini yomonlashtirib yuborishi mumkin.

Soliqqa tortishning keyingi ikki salbiy omilini batafsil ko'rib chiqaylik. Moddiy rag'batlantirishlarga nisbatan soliqqa tortishning noxush ta'sir etishi ish haqi tizimida salbiy alomatlar paydo bo'lishida ko'zga tashlanadi. Yuqori darajada tabaqalashtirilgan soliq stavkalarining qo'llanilishi natijasida xodim tomonidan ana shu moddiy rag'batni qabul qilishdagi oddiylik va maqbullik ko'lami torayib qoladi.

Soliqqa tortish bazasi va uning hajmlarini noto'g'ri belgilash xodimlarning malaka oshirishga, ratsionalizatorlik, ixtirochilik faoliyati bilan shug'ullanishga va boshqa sohalarga bo'lgan intilishiga salbiy ta'sir etadi, boisi — mehnatga to'lanadigan haq miqdori, haqiqiy mehnat xarajatlarining murakkabligi va xususiyati o'zgarishi befarq bo'lib qoladi.

Soliqqa tortishning iqtisodiy omillarga ta'siri ikki xil ko'rinishda bo'ladi hamda qiyosiy oqibat va daromad oqibati shaklida ifodalanadi. Qiyosiy oqibat mehnat natijalari, jamg'arish, investitsiyalash, yangi g'oyalarni joriy etish va ishlab chiqarish faoliyatining boshqa xil ko'rinishlari bilan shug'ullanish uchun nisbatan kamroq darajada rag'batlantirishda namoyon bo'ladi. Ayniqsa,

progressiv (oshib boruvchi) soliqqa tortishda bunday oqibatning rag'batlantirishga zid ta'siri yaqqol ifodalanadi.

Dunyodagi bir qator mamlakatlarda kapitaldan kelgan daromad va iste'molga qarab, soliqqa tortishni ko'zda tutgan soliq islohoti o'tkazilmoqda. Soliqqa tortishning salbiy ta'sirini silliqlash maqsadida ishchi kuchini taklif etish sohasida ish haqi ko'rinishidagi daromadlardan olinadigan soliqlarning eng yuqori qilib belgilangan stavkalari pasaytirilyapti. Jamg'arish va investitsiyalashga soliqlarning ta'sir etishi borasida ham muayyan yutuqlarga erishildi.

Soliqlarning ta'siri investitsiyalar tarkibida ham yaqqol seziladi. Turli ko'rinishdagi aktivlar uchun joriy etilgan har xil soliq tartiblari investitsiya imkoniyatlari va sarmoyadorlarning portfeli tarkibida sezilib qoladi. Soliq tizimidagi kamchilik va nuqsonlar iqtisodiy o'sish sur'atlarining pasayib ketishiga olib kelishi mumkin, bu hol pirovard natijada davlat budjeti daromadlarining o'zgarishiga ham ta'sir etmay qolmaydi.

Soliqqa tortishdagi og'irlikni kapitaldan shaxsiy jamg'arishga o'tkazishning umumiy ta'sirini bir xil ma'noda baholash qiyin, jamg'armaning umumiy hajmi uchun kelib chiqadigan oqibatlar soliq tushumlarining hukumat tomonidan ishlatilish xususiyatiga bog'liq bo'ladi.

Agar yopiq iqtisodiyot sharoitida soliq tizimi uy xo'jaliklaridagi jamg'armalar darajasining pasayib ketishiga olib kelgan bo'lsa, u holda bir tekis foiz stavkasi oshgan, bunga esa investitsiya kapitaliga talabning kamayishi ta'sir ko'rsatgan bo'ladi. Ochiq iqtisodiyotda esa, jamg'armalardan olinadigan daromad soliqlari investitsiyalarga cheklangan darajada ta'sir qiladi, chunki bunda chet eldan kapitalning ko'proq oqib kelish imkoniyati bor, binobarin, xorijlik sarmoyador jahon bozorida ustun hisoblangan stavkani mo'ljallaydi. Biroq bunday holatda kapitalga bo'lgan mulkchilik harakatga keladi. Bunga misol tariqasida Yaponiyadan kapitalning AQSHga oqib o'tganligini ko'rsatish mumkin, AQSHda kapitaldan foydalanlik uchun foiz stavkasi past bo'lgan. Ayni paytda, AQSHda rezidentlar jamg'armalarini soliqqa tortish stavkasi Yaponiyadagiga qaraganda yuqori edi.

Binobarin, soliq siyosati o'z-o'zidan, agar u davlatning moliya-pul siyosati boshqa unsurlaridan ayri holda amalga oshirilsa, takror ishlab chiqarish jarayonlariga rag'batlantiruvchi ta'sir o'tkazmasligi ham mumkin.

3. *Soliqqa tortishning adolatlilik tamoyili.* Adolat tamoyillariga muvofiq, soliqlar jamiyat tomonidan oqilona va adolatli deb tan olingan umumiy obyektiv qoidalarga binoan belgilanishi lozim. Adolatlilik tamoyili bir qancha asosiy guruhdagi soliqqa tortish tamoyillariga bo‘linadi. Bularni ikki guruhga bo‘lgan holda o‘rganish maqsadga muvofiqdir. Bunda gorizontaal va vertikal adolatni bir-biridan farqlash lozim. Gorizontaal adolat tamoyili daromad olishning turli sharoitlarida soliq to‘lovchilarga nisbatan soliqqa tortishning taxminan teng shartlari qo‘llanishini ko‘zda tutadi.

Vertikal adolat deganda, xo‘jalik yuritishning birmuncha og‘ir sharoitlarida ishlayotgan subyektlar uchun soliqqa tortishning bir qadar yumshoqroq shartlarini, yengil daromad olish imkoniyatiga ega bo‘lgan subyektlar uchun esa og‘irroq shartlarni qo‘llash tushuniladi. Soliqlarning rag‘batlantirish funksiyasini bajarish doirasida ikkinchi tamoyil buzilishi mumkin. Masalan, xalq iste‘moli tovarlari ishlab chiqarishni rag‘batlantirish maqsadida ularni ishlab chiqarish bo‘yicha soliqqa tortishda bir qadar imtiyozli shartlar yoki buning aksicha, vino-araq va tamaki mahsulotlarini iste‘mol qilishni cheklash uchun ulardan olinadigan egri soliqlarning yuqori stavkalari belgilangan hollar ham bo‘ladi.

Ijtimoiy adolat tamoyilini amalga oshirishga turlicha yondashuvlar bo‘lishi mumkin. Agar soliqlarni to‘plangan soliqlar hisobidan ro‘yobga chiqariladigan davlat dasturlaridan keyinchalik foyda ko‘radigan shaxslar to‘lasa, u holda adolatli deb hisoblanadi. Aytaylik, transport vositalariga soliqlardan tushadigan mablag‘ni davlat katta yo‘llarni ta‘mirlashga yoki qurishga sarflasa, bundan soliq to‘lovchilarning o‘zlari — avtomobil egalari naf ko‘radi. Biroq bunday yondashuvni keng miqyosda amalga oshirishning iloji bo‘lmaydi. Huquq-tartibotni mustahkamlash, maorifni rivojlantirish, atrof-muhitni qo‘riqlashdan aniq ravishda kim ko‘proq foyda ko‘rishini qanday qilib hisoblab chiqish mumkin? Hatto bepul sog‘liqni saqlash dasturlaridan, asosan, ko‘p bolali oilalar, keksa va nochor fuqarolar foydalanishlari aniqlab chiqilgan taqdirda ham ana shu maqsadlar uchun maxsus soliqlarni aynan ularning o‘zidan undirishni talab qilish adolatdan bo‘ladimi?

Amaliyotda boshqacha yondashuv birmuncha kengroq qo‘llaniladi, unga ko‘ra to‘lov qobiliyati tamoyili asos qilib olinadi: soliq to‘lovchining daromadi qanchalik yuqori bo‘lsa, undan shuncha ko‘p miqdorda soliq undiriladi. Bu gapning ma‘nosi shuki, badavlat odamlar bepul maktab maorifi, milliy mudofaa,

sog'liqni saqlash va boshqa sohalar uchun bir qadar yuksak iqtisodiy mas'uliyatni his etishlari lozim, chunki ular kambag'allarga nisbatan ko'proq to'lashga qodir. Boy odamlar bepul davlat dasturlaridan foydalanadilarmi, agar foydalanishsa, qay darajada — buning ahamiyati yo'q. Aslini olganda, o'ziga to'q kishilar ta'lim berish, xizmat ko'rsatish yaxshiroq yo'lga qo'yilgan maktab va shifoxonalarni tanlashadi. Bunday to'lov qobiliyati konsepsiyasi AQSH soliq siyosatida keng tarqalgan.

Biroq amaliyotda soliqqa tortishning ushbu konsepsiyasi tez-tez jiddiy qiyinchiliklarga duch kelib turadi. Yiliga 100 ming dollar daromad oladigan kishi yiliga 10 ming dollar daromad oladigan kishiga nisbatan ko'proq soliq to'lashga qodir, fikriga qo'shilish mumkin. Biroq bunda birinchi kishi ikkinchisiga qaraganda aynan necha baravar ko'p soliq to'lash imkoniyatiga ega, degan masala noaniqdir. Badavlat odam o'zining daromadidan o'sha hissani va mutlaq katta summani to'laydimi yoki soliq sifatida umuman ko'proq hissani to'laydimi? Afsuski, aniq bir odamning soliq to'lash imkoniyatlarini o'lchash uchun ilmiy asoslangan qandaydir usullar yo'q. Amaliyotda bunga javob, takliflar va taxminlar empirik yo'l bilan yoki hukumatning daromadlarga bo'lgan joriy ehtiyojlari, siyosiy qarashi asosida paydo bo'ladi.

Soliqqa tortishdagi adolat tamoyili ba'zi hollarda taqsimotdagi ijtimoiy adolat tamoyili ko'rinishida namoyon bo'ladi. Shuni ta'kidlab o'tish o'rinliki, bu tamoyilni daromadlarni teng ravishda taqsimlash, baravrlashtirish deb tushunmaslik kerak. Qonun oldida tenglikka rioya etilishi, ijtimoiy mumtozlikka, irq va dinga munosiblikka asoslangan imtiyozlarning bekor qilinishi, inson asosiy huquqlarga birday ega bo'lishi kabi tenglik tamoyillari bo'lib, ular O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida mustahkamlab qo'yilgan va bu tamoyillarga qadriyatlarining ijtimoiy tizimida qat'iy amal qilmoq lozim. Moddiy tenglik, ya'ni daromadlar, mulk, iste'mol sohasidagi tenglik haqida gap ketadigan bo'lsa, aytish kerakki, bunday tenglikka erishib bo'lmaydi. Davlat va jamiyat barcha fuqarolar yaxshi hayot kechirishlari uchun zarur shart-sharoit yaratib berishlari kerak, albatta, soliqqa tortish tizimi esa istiqbolga mo'ljallangan rejada aholining farovonligini umumiy tarzda amalga oshirish orqali jamiyat quyi qatlamlarining ahvoli izchil ravishda yaxshilanib borishiga ko'maklashmog'i zarur.

4. *Oddiylik va xolislik.* Bu tamoyil soliqqa tortish bazasini aniqlashda, soliqlarni hisoblab chiqishda oddiylik bo'lishini, taqdim etiladigan hisobotlarning mazmunini soddalashtirishni, shuningdek,

solliqlarning eng muhim turlari bo'yicha yagona stavkalar belgilashni, beriladigan imtiyozlarni iloji boricha kamaytirishni ko'zda tutadi. Bu o'rinda nazarda tutilayotgan narsa shuki, solliqlarning rag'batlantirish funksiyasi doirasida beriladigan imtiyozlar yakka tartibdagi xususiyatga ega bo'lmasligi, balki muayyan faoliyat turlarini rag'batlantirishga, soliq to'lovchilarning mulkchilik shakli va qaysi idoraga mansubligidan qat'i nazar, ma'lum turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarishni ko'paytirishga qaratilmog'i lozim.

Ba'zi sohalarda paydo bo'ladigan davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashga ehtiyojni qondirishni budjet-kredit siyosati orqali amalga oshirish maqsadga muvofiqdir. Buning sababi shuki, soliq imtiyozlarining haddan tashqari ko'pligi qonunlarni murakkablashtirib yuboradi, tushunishni qiyinlashtiradi hamda turlicha talqin qilinishiga olib keladi, bu hol pirovard natijada soliq to'lovchilarning solliqlarga nisbatan munosabatlariga salbiy ta'sir qiladi. Shu bilan birga, aniq qilib belgilangan imtiyozlar soliq yukini boshqa soliq to'lovchilar zimmasiga o'tkazib, ijtimoiy adolatsizlik ro'y berishiga olib keladi.

5. *Boshqarishga qulaylik.* Samarali soliq tizimiga qo'yiladigan muhim talablardan biri boshqaruvga qulay bo'lishidir. Solliqlarni undirib olishda samaradorlikka erishish ko'p hollarda solliqlarning soliq to'lovchilarga yaxshi tushunarli bo'lishiga bog'liq.

Ayrim mamlakatlarda soliqqa tortishning nihoyatda murakkab tartibi amal qiladi, aytaylik, shkala va stavkalar turi, solliqlar tarkibi, ularni to'lash qoidalari va tartiblari haddan tashqari ko'p. Buning ustiga ular soliq tushumlarining ko'payishiga hech qanday yordam bermaydi hamda solliqlarning rag'batlantiruvchi funksiyasi bajarilishida rol o'ynamaydi.

6. *Solliqlarni yig'ish jarayonini imkon qadar arzonlashtirish.* Ushbu tamoyil davlat va soliq to'lovchilar tomonidan solliqlarni yig'ish uchun ketadigan xarajatlarni mumkin qadar kamaytirishni ko'zda tutadi. Buning uchun respublikamizda soliqqa tortish tartibini takomillashtirish bilan bir qatorda, solliqlarni maqbul-lashtirish, kompyuter texnologiyalari, soliq axborotlarining to'g'ri-ligini bevosita nazorat qilish usullarini qo'llash orqali soliq to'lov-chilarning xarajatlarini kamaytirish maqsadida davlat hisobidan saqlanadigan servis-markazlar, soliqqa tortish masalalari xususida soliq organlari tomonidan bepul maslahatxonalar tashkil etilgan.

7. *Solliq stavkalarini qiyoslash.* Solliq stavkalari boshqa dav-latlardagi xuddi shunday solliqlarning stavkalari bilan qiyoslanishi,

ya'ni mintaqaning o'ziga xos xususiyatlari hisobga olingan holda boshqa mamlakatlar bilan teng bo'lgan xo'jalik faoliyati shart-sharoitlari vujudga keltirilishi lozim. Agar qattiq shartlar belgilab qo'yilgudek bo'lsa, bu hol respublika iqtisodiyotiga investitsiyalarni jalb qilishni mushkullashtirib yuboradi, aksincha, yengil sharoit yaratilsa, mamlakat budjetiga salbiy ta'sir qiladi.

O'zbekiston Respublikasining Soliq kodeksida esa soliqqa tortish tamoyillari o'rniga soliq qonunchiligi tamoyillari deb atalib, uning tamoyillari quyidagicha belgilab berilgan:

- har bir shaxs kodeksda belgilangan soliq va to'lovlarni to'lashga majburdir, ya'ni soliq to'lash qonun bilan majbur qilib qo'yiladi. Aslida majburiylik soliqlarning iqtisodiy mohiyatidan kelib chiqadi;

- huquqiy shaxslarni soliqqa tortish mulkchilik shaklidan qat'i nazar, jismoniy shaxslar esa jinsi, irqi, millati, tili, dini, ijtimoiy kelib chiqishi, e'tiqodi, shaxsiy va ijtimoiy ahvolidan qat'i nazar, qonun oldida tengdirlar;

- belgilangan soliqlar va yig'imlar O'zbekiston hududida tovarlar (ishlar, xizmatlar) yoki pul mablag'larining erkin harakatini bevosita yoki bilvosita cheklamaydi yoki soliq to'lovchilarning iqtisodiy faoliyatini cheklashga yoki to'sqinlik qilishga yo'l qo'y-maydi;

- manbalaridan qat'i nazar, hamma daromadlar majburiy ravishda soliqqa tortiladi;

- belgilangan soliq imtiyozlari ijtimoiy adolat tamoyiliga mos kelishi shart.

Soliqqa tortish tamoyillari va soliq qonunchiligi tamoyillari muayyan o'xshashlikka ega va ularni to'liq hayotga tatbiq etish iqtisodiyotni rivojlantirishning muhim vazifalaridan biridir¹.

7.2. O'zbekiston Respublikasi soliq tizimi va uning tarkibiy tuzilishi

7.2.1. Soliq tizimining mohiyati va ahamiyati

Yuridik va jismoniy shaxslardan olinadigan soliqlar, yig'imlar, bojlar va boshqa majburiy to'lovlar hamda ularning tuzilish tamo-

¹ *Q.A. Yahyoyev. Soliqqa tortish nazariyasi va amaliyoti. T., G'afur G'ulom nomidagi nashriyot-matbaa ijodiy uyi, 2000.*

yillari, usullari, soliq nazoratining yig'indisi soliq tizimini tashkil etadi. Bu ta'rif soliq tizimini keng ma'noda tushunishdir. Soliq qonunchiligida soliq tizimi tor ma'noda talqin qilinib, bir xil mohiyatga ega bo'lgan va markazlashgan pul fondini tashkil etadigan soliq, yig'im, boj va boshqa majburiy to'lovlarning yig'indisi soliq tizimi deb ataladi. Soliq tizimiga nisbatan bunday yondashuvning ayrim adabiyotlarda ham keltirilganligini ta'kidlash o'rinli.

Qayd etilgan ta'rifda soliq va yig'imler yagona mohiyat, ya'ni «majburiy xarakterga ega bo'lgan munosabat» va ularning bir-biri bilan bog'liqligi va nihoyat budjetga tushishligini ko'rsatadi. Bu O'zbekiston Respublikasining Soliq kodeksi mazmuniga mos keladi.

Umuman olganda, soliq tizimini tarkiban soliqqa tortish tamoyillari, soliq siyosati, soliqqa tortish tizimi, soliq mexanizmi kabilarga ajratish mumkin. Ushbu unsurlar bevosita mamlakatda amal qilayotgan soliqlarning tarkibini belgilab beradi.

7.2.2. Soliq tizimini guruhlash tartibi

Soliq tizimining asosi bo'lgan soliqlar o'ziga xos xususiyatlariga, bir qator belgilariga ko'ra guruhlanadi. Soliqlarning guruhlanishi ularning obyektiga, xo'jalik yurituvchi subyektlar moliyaviy faoliyatiga ta'sir etishiga, undirilish usullari, paydo bo'lishiga (subyektiga), budjetga yo'naltirilishiga va boshqa belgilariga ko'ra, ularning tasniflanishidir.

Soliqlarni bunday tartibda guruhlarga ajratishdan maqsad ularni taqsimlash tamoyillarini belgilashda, ularning soliq funktsiya va vazifalarini qay darajada bajarayotganligini baholashda, umuman olganda, davlat budjetini doimiy ravishda va muntazam daromadlar bilan ta'minlashda, shuningdek, xo'jalik yurituvchi subyektlarning tadbirkorlik faoliyatini cheklab qo'ymasdan faoliyat ko'rsatishi uchun soliqlarni har tomonlama ilmiy-nazariy jihatdan o'rganish, tahlil qilishdan iborat.

Tarixan soliqlar ijtimoiy-iqtisodiy tuzilishiga qarab yoki boshqacha qilib aytganda, undirib olish manbayiga qarab, ikki guruhga — to'g'ri va egri soliqlar guruhlariga bo'linadi. Soliqlarni belgilaydigan va ulardan tushgan mablag'ni tasarruf etish, ya'ni budjetga o'tkazish nuqtayi nazaridan soliqlar umumdavlat va mahalliy soliqlarga bo'linadi. Shuningdek, soliqlar paydo bo'lish manbayiga ko'ra, yuridik va jismoniy shaxslardan olinadigan soliqlarga bo'linadi. Soliqlarni qayd etilgan guruhlarga ajratib o'rganishni alohida savol sifatida kengroq yoritishga harakat qilamiz.

Shu o‘rinda soliqlarni guruhlashning ayrim turlarini ko‘rib chiqamiz. Soliqlarni obyekt va iqtisodiy mohiyati bo‘yicha guruhlash iqtisodiyotga ijobiy hamda salbiy ta‘sir ko‘rsatishni o‘rganishning ilmiy-amaliy uslubidir.

Soliqlar soliqqa tortish obyektiga qarab, uch guruhga bo‘linadi:

1. Aylanmadan olinadigan soliqlar. Bunda soliqlar xo‘jalik yurituvchi subyektlarning bevosita aylanmasidan undiriladi, ularga qo‘shilgan qiymat solig‘i, aksiz solig‘i, jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg‘isi va suyultirilgan gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq, bojxona bojlari, yig‘imlari va boshqalar kiradi.

2. Mol-mulk qiymatlaridan olinadigan soliqlar. Bunday soliqlar soliq to‘lovchi subyektlar tasarrufida mavjud bo‘lgan mol-mulkdan, yerdan va boshqalarga nisbatan belgilanadigan soliqlardan iborat.

3. Daromaddan olinadigan soliqlar. Bunga yuridik shaxslardan olinadigan daromad (foyda) solig‘i, infratuzilmani rivojlantirish solig‘i, jismoniy shaxslarning daromad solig‘i va boshqalar kiradi.

Mamlakatimizda amal qilayotgan soliqlarning ayrimlari korxonalar xo‘jalik faoliyatining oxirgi moliyaviy natijasidan budjetga to‘lanadigan aksariyat soliqlar va majburiy to‘lovlar kelgusi davr xarajatlari orqali ishlab chiqarilgan mahsulot tannarxiga qo‘shiladi (yer solig‘i, mol-mulk solig‘i, ekologiya solig‘i va boshq.). Shu o‘rinda soliqlarni guruhlashning asosi hisoblangan, ularni xo‘jalik yurituvchi subyektlar moliyaviy faoliyatiga ta‘sir etishiga qarab, quyidagilarga ajratishimiz mumkin:

1. Tovar (ish, xizmat)lar aylanmasidan to‘lanadigan soliqlar. Bunday soliqlarga, asosan, egri soliqlar kiradi, ya‘ni qo‘shilgan qiymat solig‘i, aksiz solig‘i, jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg‘isi va suyultirilgan gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq, bojxona bojlari.

2. Ishlab chiqarish tannarxiga kiritiladigan soliqlar: pensiya fondiga ajratmalar, kasaba uyushmalari federatsiyasiga ajratmalar, bandlik fondiga ajratmalar va boshqalar.

3. Davr xarajatlariga kiritiladigan soliqlar: mol-mulk solig‘i, yer solig‘i, ekologiya solig‘i, suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq, yerosti boyliklaridan foydalanganlik uchun soliq va boshqalar.

4. Korxonalar foydasidan to‘lanadigan soliqlar: daromad (foyda) solig‘i, infratuzilmani rivojlantirish uchun soliq va boshqalar.

7.2.3. To‘g‘ri va egri soliqlar

Soliqlarning to‘g‘ri (bevosita) va egri (bilvosita) soliqlarga guruhlanishi soliqqa tortish obyektiga, to‘lovchi bilan davlatning o‘zaro munosabatlariga bog‘liq bo‘ladi. To‘g‘ri soliqlar to‘g‘ridan to‘g‘ri daromadga va mol-mulkka qaratiladi — soliqqa tortishning bevosita shakli. Egri soliqlar — tovarning bahosida to‘lanadigan yoki tarifga kiritiladigan tovarlar va xizmatlardan olinadi — soliqqa tortishning bilvosita shakli. Tovar va xizmatlarning egasi ularni sotishda soliq summalarini olib, ularni davlatga o‘tkazadi.

Daromadlar oladigan (mol-mulkka va shu kabilarga egalik qiladigan) xo‘jalik yurituvchi subyektlar to‘g‘ri soliqlarning pirovard to‘lovchisi hisoblanadi, narxlarga ustamalar orqali soliq yuki yuklab qo‘yiladigan tovarning iste‘molchisi esa, egri soliqlarning pirovard to‘lovchisi hisoblanadi. Amaliyotda nafaqat egri soliqlar, shu bilan birga, to‘g‘ri soliqlarni ham iste‘molchilar zimmasiga o‘tkazish imkoniyati mavjuddir. Masalan, korxonalar to‘laydigan soliqlar yuki inflatsiya davrida ko‘pincha narx-navoni oshirib yuborish orqali iste‘molchilar zimmasiga yuklab boriladi.

To‘g‘ri soliqlarga tortishda mablag‘larning safarbar qilinishi yangi qiymatni taqsimlash paytida boshlanadi. Davlat daromad olingan paytdayoq, uning bir qismiga o‘z huquqlarini da‘vo qiladi. Soliq to‘lovchining daromadi (ish haqi, foyda, foizlar va h.k.) va uning mol-mulkinging (yer, uylar, qimmatli qog‘ozlar va h.k.) qiymati to‘g‘ri soliqlar obyektiga bo‘ladi. Soliqqa tortishning bu shakli egri soliqlarga nisbatan birmuncha progressivdir, chunki u soliq to‘lovchining daromadliligini, oilaviy ahvolini hisobga oladi, soliq daromadni olish bosqichida undiriladi. Bundan tashqari, to‘g‘ri soliqlarga tortishda soliq to‘lovchi o‘z solig‘ining summasini aniq biladi.

Tarixiy jihatdan olganda to‘g‘ri soliqlar XVIII asrda va XIX asrning birinchi yarmida shakllandi, ular faqat XX asrda keng ommalashdi. To‘g‘ri soliqlar real va shaxsiy soliqlarga bo‘linadi. Real soliqlar soliq to‘lovchi mol-mulkinging ayrim turlaridan (yer, uylardan) kadastr asosida undiriladi, to‘lovchining haqiqiy daromadliligini emas, balki o‘rtacha daromadliligini hisobga oladi. Soliqqa tortish obyektiga qarab, quyidagilar real soliqlarga kiradi: yerga oid, uy-joylarga doir, kasb-hunarga tegishli, qimmatli qog‘ozlardan olinadigan soliqlar. Real soliqlar tashqi belgilarga asoslanadi, soliqqa tortish mol-mulkning kadastr bo‘yicha aniq-

lanadigan o'rtacha daromadliligi bo'yicha amalga oshiriladi. O'z mohiyatiga ko'ra, bunday soliqlar regressiv tusga egadir.

Ishlab chiqaruvchi kuchlarning rivojlanishi, davlat faoliyatining kengayishi shaxsiy soliq'larga o'tilishini taqozo etdi, chunki real soliqlar fiskal jihatdan ham, ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan ham foydali bo'lmay qoldi. Real soliqqa tortishning ayrim unsurlari, odatda, mahalliy soliqlar tizimida, asosan, sanoat jihatdan taraqqiy etgan mamlakatlarda saqlanib qolgan. Shaxsiy soliqlar ravnaq topmoqda, bular daromadlar manbayida yoki deklaratsiya bo'yicha undiriladigan jismoniy va yuridik shaxslarning daromadlari va mol-mulkidan olinadigan soliq'lardir.

Real soliqdan farqli ravishda shaxsiy soliqqa tortishda obyekt (daromad, mol-mulk) har bir to'lovchi uchun yakka tartibda hisoblab chiqiladi, uning moliyaviy ahvoli (oila soni, qarzdorlik va h.k.) e'tiborga olinadi. Rivojlangan mamlakatlarda soliqqa tortish obyektiga qarab, shaxsiy soliq'larning quyidagi turlari farqlanadi: daromad solig'i, pullik sarmoyalardan tushadigan daromadlardan olinadigan soliq, sarmoyaning o'sishidan olinadigan soliq, korporatsiyaning foydasidan olinadigan soliq, merosdan va sovg'a qilishdan olinadigan soliq, mol-mulkdan olinadigan soliq, jon boshiga olinadigan soliq va h.k.

Egri soliqlar bahoga yoki tarifga ustama sifatida belgilanadigan tovarlar va xizmatlardan olinadigan soliq'lardir. Egri soliq'larga tortishda davlat tovar yoki xizmatlarning sotilishi paytida ushbu qiymatning bir qismiga o'z huquqlarini da'vo qilish bilan aslida yangi qiymatning taqsimlanishining ishtirokchisi bo'lib qoladi. Egri soliqlar to'g'ri soliq'lardan farqli ravishda, to'lovchining daromadi yoki mol-mulki bilan bevosita bog'liq bo'lmaydi. Tovarlar, odatda, shaxsiy iste'mol tovarlari, shuningdek, xizmat ko'rsatish sohasining (sartaroshxonalar, hammomlar, kimyoviy tozalash xizmatlari) pullik aylanmasi, tomosha ko'rsatadigan va transport korxonalarining pattalari hamda shu kabilar soliqqa tortish obyekti bo'ladi. Egri soliq'larga tortiladigan tovarlar va xizmatlar soni muntazam kengayib bormoqda.

Xaridor-iste'molchi egri soliq'larning to'lovchisi bo'ladi. Tovarining sohibi yoki xizmatlar ko'rsatadigan shaxs aslida soliqni yig'uvchi hisoblanadi. Egri soliq'larning anchagina qismi mulkdor tomonidan tovarning yoki xizmatlarning narxiga qo'shiladi. Davlat korxonalari va monopoliyalar soliqning butun summasiga narxlarni oshirish bo'yicha juda katta imkoniyatlarga egadir. Tarmoq

ichidagi raqobat yuksak bo'lganida va talab barqaror bo'lmagan holda soliqning muayyan hissasi tovarning ishlab chiqaruvchisi va sotuvchi tomonidan to'lanadi. Egri soliqlarning asosiy to'lovchisi pirovard oqibatda iste'molchilar bo'ladilar.

Egri soliqlar daromadlilikni, oilaviy ahvolni hisobga olmaydi. Hamma fuqarolar o'z daromadlarining miqdoridan qat'i nazar, bunday soliqlarni to'laydilar, chunki egri soliqlarga tortiladigan turmush uchun zarur bo'lgan tovarlarni iste'mol qilishadi va xizmatlardan foydalanishadi. Egri soliqlarning stavkalari qat'iy (tovar o'lchamining birligiga) va foizli (tovarning narxiga muayyan hissada) bo'ladi. Foizli stavkalar davlat uchun ko'proq foydalidir, chunki narxlar oshganida soliq tushumlari ham ko'payadi. Soliq stavkalari oshirilishi ularning tovarlar narxidagi hissasi ortishiga olib keladi. Egri soliqlar aksizlar, davlatning fiskal monopoliyalari va bojxona bojlarini o'z ichiga oladi. Aksizlar undirilish usuliga qarab, yakka tartibdagi (pivoga, shakarga, benzina va h.k.) va universal (qo'shilgan qiymat solig'i va boshq.) turlarga bo'linadi. Ular, asosan, xo'jalik aktlaridan va aylanmalardan, moliyaviy operatsiyalardan kelib chiqadi.

Soliqlarning ayrim turlarining nisbati jamiyatning rivojlanishiga qarab o'zgardi. XIX asrda va XX asr boshida undirilishining soddaligi bilan ajralib turadigan egri soliqlar asosiy ahamiyat kasb etgan edi. O'tgan asrning 20-yillaridan boshlab, ko'pgina mamlakatlarda to'g'ri soliqlar muhim ahamiyat kasb eta boshladi. Ikkinchi jahon urushidan so'ng rivojlangan mamlakatlarning soliq tizimida to'g'ri soliqlar alohida ahamiyatga ega bo'lib qoldi, daromad solig'i va korporatsiyalarning foydasidan olinadigan soliq ular ichida asosiy o'rin tutardi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib xulosa qilganimizda, to'g'ri soliqlarni to'g'ridan to'g'ri soliq to'lovchilarning o'zi to'laydi, ya'ni soliqning huquqiy va haqiqiy to'lovchisi ham bir shaxs hisoblanadi. Egri soliqlarning huquqiy to'lovchisi mahsulotni ortuvchilar, ish, xizmatni bajaruvchilar hamda xizmat ko'rsatuvchilar, haqiqiy to'lovchisi esa iste'molchilar hisoblanadi.

Respublikamizda amal qilayotgan soliqlar hozirgi kunda yalpi ichki mahsulotning qariyb uchdan bir qismini taqsimlab, budjetga jalb etadi va u orqali davlatning ijtimoiy zaruriy xarajatlari moliyalashtirishga yo'naltiriladi. So'nggi yillarda to'g'ri soliqlarning salmog'i yalpi ichki mahsulot qiymatida biroz kamayib, egri soliqlar salmog'i oshgan. Bu yerda hozirgi sharoitda to'g'ri

an'ana mavjuddir, chunki egri soliqlar to'g'ridan to'g'ri korxonaning investitsion faoliyatining susayishiga olib kelmaydi. To'g'ri soliqlar salmog'i YIM qiymatida pasayishi korxonalarning moddiy-texnikaviy bazasining kengayishiga, qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarishiga imkon yaratadi. Keyingi yillarda resurs soliqlarining salmog'i ham ancha oshmoqda. Ular yer, suv va boshqa resurslardan samarali foydalanishni ta'minlaydi.

Har bir davlatda ayrim soliqlar harakati jarayonida: ma'lum bir respublika va mahalliy budjetga birlashtirilgan bo'ladi, ayrimlari esa, budjetlarni tartibga solib turadigan soliqlarga bo'linadi. Umuman olganda, iqtisodiyot tarmoqlaridan va aholining mehnatga layoqatli qismidan undiriladigan soliqlarning aksariyat qismi umumiylik xususiyatiga ega. Lekin ayrim soliqlar va to'lovlar ham mavjudki, ular maqsadli xarakterga egadir. Shu nuqtayi nazardan olib qaralganda soliqlar, ulardan foydalanish xususiyatiga ko'ra ikki guruhga bo'linadi:

1. *Umumiy soliqlar* — respublika hamda mahalliy budjetlarga tushadi va qayta taqsimlanadi.

2. *Maqsadli soliqlar* — bevosita biron-bir soha, tarmoq yoki obyektни rivojlantirish uchun sarflanadi va taqsimlanadi.

Bu soliqlar davlat budjeti xarajatlarini moliyalashtirishda mustahkamlikni, uzviylikni ta'minlaydi. Ularsiz budjetni rejali moliyalashtirishning iloji yo'q. Shuning uchun ularning ahamiyati budjet daromadlarini shakllantirishda beqiyosdir.

7.2.4. Umumdavlat soliqlari hamda mahalliy soliqlar va yig'imglar

Respublikamizda, asosan, soliqlar budjet tizimi daromadlarini shakllantiradi. Davlat budjeti tizimi mamlakatning ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy va ma'naviy hayotini moliyaviy mablag' bilan ta'minlaydi va bu O'zbekiston Respublikasining budjet tizimida umumrespublika budjeti yetakchi bo'g'indir. U umumdavlat resurslarining bir qismi bevosita davlat hokimiyatining ijro etuvchi va farmoyish beruvchi oliy organi — O'zbekiston Respublikasi hukumatida markazlashuvini ta'minlaydi.

Markazlashgan resurslar umumdavlat ahamiyatiga molik bo'lgan, umuman olganda, jamiyat manfaatlarini ifodalaydigan tadbirlarni (xalq xo'jaligi ahamiyatidagi qurilishlarni, eng muhim ijtimoiy tadbirlarni, mudofaa, boshqaruv, davlatning tashqi iqtisodiy aloqalari, davlatning moddiy va moliyaviy zaxiralarini) mablag' bilan ta'minlashga ishlatiladi. Umumrespublika budjeti

orqali milliy daromadni Qoraqalpog‘iston Respublikasi, viloyatlar, Toshkent shahriga taqsimlash va qayta taqsimlash jarayoni izga solib turiladi. Davlat umumrespublika budjetidan davlat budjetining bu bo‘g‘ini ijrosi yuzasidan respublikadagi hamma ishlarni muvofiqlashtirish uchun foydalanadi.

Qoraqalpog‘iston Respublikasining budjeti pul mablag‘larini respublikaning tegishli davlat hokimiyati va boshqaruv organlari amalga oshiradigan ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish tadbirlarini moliyalashtirish uchun markazlashtiradi.

Mahalliy budjetlar O‘zbekiston Respublikasi budjet tizimining muhim tarkibiy qismini tashkil etadi. Ular davlat hokimiyatining har bir mahalliy organi o‘z faoliyatini amalga oshirishi uchun uning ixtiyorida aniq moliyaviy baza yaratadi. Mahalliy budjetlar tizimi mahalliy talab-ehtiyojlarni to‘laroq hisobga olish hamda davlat tomonidan markazlashgan tartibda amalga oshiriladigan tadbirlar bilan to‘g‘ri olib borish imkonini beradi, mahalliy hokimiyat organlari mahalliy budjet daromadlarining ko‘payishi va resurslarning tejamkorlik bilan sarflanishi to‘g‘risida tinmay g‘amxo‘rlik qiladi, chunki joylarda iqtisodiyot va madaniyatning yuksalish sur‘atlari to‘g‘ridan to‘g‘ri mahalliy xo‘jalik zaxiralarini safarbar qilish, mablag‘larni tejab ishlatish borasidagi ishlarni tashkil etish bilan bog‘liq bo‘ladi, bu esa, o‘z navbatida, umuman, O‘zbekiston Respublikasi davlat budjetining muvaffaqiyatli bajarilishiga yordam beradi. Mahalliy budjetlardan uy-joy-kommunal xo‘jaligi va obodonlashtirish, maorif va sog‘liqni saqlash muassasalari (maktablar, kasalxonalar, maktabgacha tarbiya muassasalari va boshq.), ijtimoiy ta‘minot sohasidagi tadbirlar mablag‘ bilan ta‘minlanadi.

Soliq kodeksiga muvofiq, soliqlar deganda belgilangan, muayyan miqdorlarda undiriladigan, muntazam, qaytarib berilmaydigan va beg‘araz xususiyatga ega bo‘lgan, budjetga yo‘naltiriladigan majburiy pul to‘lovlari tushuniladi. Boshqa majburiy to‘lovlar deganda, ushbu kodeksda belgilangan davlat maqsadli jamg‘armalariga majburiy pul to‘lovlari, bojxona to‘lovlari, shuningdek, vakolatli organlar va mansabdor shaxslar tomonidan yuridik ahamiyatga molik harakatlarni to‘lovchilarga nisbatan amalga oshirish uchun, shu jumladan, muayyan huquqlarni yoki litsenziyalar va boshqa ruxsat beruvchi hujjatlarni berish uchun to‘lanishi lozim bo‘lgan yig‘imlar, davlat boji tushuniladi.

O‘zbekiston Respublikasi hududida Soliq kodeksiga binoan, umumdavlat, mahalliy soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlar

amal qiladi. Umumdavlat soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarga quyidagilar kiradi:

- 1) yuridik shaxslardan olinadigan foyda solig'i;
- 2) jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i;
- 3) qo'shilgan qiymat solig'i;
- 4) aksiz solig'i;
- 5) yer qa'ridan foydalanuvchilar uchun soliqlar va maxsus to'lovlar;

6) suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq.

Boshqa majburiy to'lovlarga quyidagilar kiradi:

- 1). Ijtimoiy jamg'armalarga majburiy to'lovlar:
 - yagona ijtimoiy to'lov;
 - fuqarolarning budjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga sug'urta badallari;
 - budjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga majburiy ajratmalar;
- 2). Respublika yo'l jamg'armasiga majburiy to'lovlar:
 - Respublika yo'l jamg'armasiga majburiy ajratmalar;
 - Respublika yo'l jamg'armasiga yig'imlar;
- 3) davlat boji;
- 4) bojxona to'lovlari.

Soliqqa tortishning soddalashtirilgan tartibi qo'llanilganda quyidagilar umumdavlat soliqlar tarkibiga kiritiladi:

- yagona soliq to'lovi;
- tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bo'yicha qat'iy belgilangan soliq.

Mahalliy soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarga quyidagilar kiradi:

- 1) mol-mulk solig'i;
- 2) yer solig'i;
- 3) obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish solig'i;
- 4) jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg'isi va gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq;
- 5) ayrim turdagi tovarlar bilan savdo qilish va xizmatlarni ko'rsatish huquqi uchun yig'im;
- 6) yagona yer solig'i — soliqqa tortishning soddalashtirilgan tartibi qo'llanilganda.

Undan tashqari, davlat umummilliy dasturlarini amalga oshirish davrida tegishli jamg'armalar tashkil etilishi mumkin bo'lib, ularga qonun hujjatlarida nazarda tutilgan tartibda majburiy

to'lovlar belgilanadi. Soliq kodeksiga asosan, soliq yoki boshqa majburiy to'lov soliq to'g'risidagi qonun hujjatlarida soliq to'lovchilar, shuningdek, ana shu soliq yoki boshqa majburiy to'lovni hisoblab chiqarish va to'lash uchun zarur elementlar:

- soliq solish obyekti;
- soliq solinadigan baza, stavka;
- hisoblab chiqarish tartibi, soliq davri.

Soliq hisobotini taqdim etish va to'lash tartibi belgilab qo'yilgan taqdirdagina belgilangan, deb hisoblanadi. Soliq yoki boshqa majburiy to'lov belgilanayotganda soliq to'g'risidagi qonun hujjatlarida soliq imtiyozlari hamda ularning soliq to'lovchi tomonidan qo'llanilishi uchun asoslar ko'zda tutilishi mumkin.

Soliq to'lovchilar hamda soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarning unsurlari har bir soliq yoki boshqa majburiy to'lovga tatbiqan belgilanadi. Soliq solish obyekti — soliq to'lovchida soliq yoki boshqa majburiy to'lov hisoblab chiqarilishi va (yoki) to'lanishi yuzasidan majburiyat keltirib chiqaruvchi mol-mulk, harakat natijasidir.

Soliq solinadigan baza — soliq solish obyektining soliq yoki boshqa majburiy to'lovning stavkasi tatbiqan belgilangan ko'rsatkichlardagi qiymat, miqdor, fizik va boshqa tavsiflarini ifodalaydi. Stavka — soliq solinadigan bazaning o'lchov birligiga nisbatan hisoblanadigan foizlardagi yoki mutlaq summadagi miqdorni ifodalaydi. Stavkalar bo'yicha kodeks bilan boshqacha qoida nazarda tutilgan bo'lmasa, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori bilan belgilanadi.

Soliq va boshqa majburiy to'lovni hisoblab chiqarish tartibi — soliq davri uchun soliq solinadigan bazadan, stavkadan, shuningdek, imtiyozlar mavjud bo'lsa, shu imtiyozlardan kelib chiqib, soliq va boshqa majburiy to'lov summasini hisoblash qoidalarini belgilaydi. Soliq va boshqa majburiy to'lovlarni hisoblab chiqarish soliq to'lovchi tomonidan mustaqil ravishda amalga oshiriladi.

Kodeks bilan belgilangan hollarda, soliq va boshqa majburiy to'lov summasini hisoblab chiqarish majburiyati davlat soliq xizmati organi yoki soliq agenti zimmasiga yuklatilishi mumkin.

Soliq davri — u tugaganidan keyin soliq solinadigan baza aniqlanadigan hamda soliq yoki boshqa majburiy to'lov summasi hisoblab chiqariladigan davrdir.

Soliq davri bir necha hisobot davriga bo'linishi mumkin bo'lib, ularning yakunlari bo'yicha hisob-kitoblarni taqdim etish

hamda soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarning to'lanishi lozim bo'lgan summalarini to'lash majburiyati yuzaga keladi.

Soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha imtiyozlar — kodeks, boshqa qonunlarda va O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarorlarida nazarda tutilgan, boshqa soliq to'lovchilarga nisbatan ayrim toifadagi soliq to'lovchilarga beriladigan afzalliklar, shu jumladan, soliq yoki boshqa majburiy to'lov to'lamaslik yoxud ularni kamroq miqdorda to'lash imkoniyati soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha imtiyozlar, deb e'tirof etiladi.

Mol-mulk solig'i, yer solig'i, yagona yer solig'i hamda obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish solig'i bo'yicha imtiyozlarni berish mahalliy davlat hokimiyati organlari tomonidan belgilangan tartibda amalga oshirilishi mumkin. Soliq to'lovchi soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha imtiyozlardan tegishli huquqiy asoslar yuzaga kelgan paytdan e'tiboran, ular amal qiladigan butun davr mobaynida foydalanishga haqli.

Soliq to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiq, soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha imtiyozlar muayyan maqsadlarga yo'naltirish sharti bilan berilishi mumkin. Bunday mablag'lardan belgilanmagan maqsadda foydalanilgan summa belgilangan tartibda penya hisoblangan holda budjetga undirib olinadi.

O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki, uning Qoraqalpog'iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahar Bosh boshqarmalari, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining muassasalari kodeksda nazarda tutilgan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lashdan ozod qilinadi, yagona ijtimoiy to'lov bundan mustasno.

7.3. Yuridik va jismoniy shaxslarni soliqa tortish tartibi

Soliq munosabatlari mavjud bo'lishining asosiy shartlaridan biri — davlatning mavjudligi bo'lsa, ikkinchi sharti — soliqlarni to'lashga qobil bo'lgan soliq to'lovchilarning mavjudligi. O'zbekiston soliqlar tizimi manbayiga qarab, soliqlar yuridik va jismoniy shaxslardan olinadigan soliqlarga ajratiladi.

Soliq solish maqsadida yuridik shaxslar deganda mulkida, xo'jalik yuritishi yoki tezkor boshqaruvida mol-mulki bo'lgan va o'z majburiyatlari bo'yicha ushbu mol-mulk bilan javob beradigan, shuningdek, mustaqil balansga va hisob-kitob varag'iga ega bo'lgan alohida bo'linmalar ham tushuniladi.

Yuridik shaxslardan olinadigan soliqlarga hamma egri soliqlar, korxonalar foydasiga soliq, yerosti boyliklaridan foydalanganlik uchun, suv resurslaridan foydalanganlik uchun, savdo tashkilotlarining yagona solig'i, yer solig'i, mol-mulk solig'i, kichik biznes uchun yagona soliq va boshqalar kiradi. Ba'zi soliqlarni (QQS, aksiz) yuridik shaxslar ham, jismoniy shaxslar ham to'laydilar. Jismoniy shaxslar to'laydigan soliqlarga — daromad solig'i, yer, mol-mulk soliqlari kiradi. Yuridik shaxslardan olinadigan soliqlar davlat budjeti daromadlarining hal qiluvchi qismini tashkil etadi. Bu soliqlarning muhim xususiyati naqd pulsiz shaklda korxonalar hisob (joriy) schotlaridan budjet schotlariga ko'chirib qo'yiladi. Uni undirish oson va arzon tushadi. Jismoniy shaxslardan olinadigan ba'zi soliqlar naqd pulga undirilganligi uchun uni to'lash qiyin kechadi. Bunday soliqlarga yer, mol-mulk soliqlari va qator yig'imlar kiradi. Soliq yig'ish xarajati ko'payib ketadi. Chunki bu ish bilan maxsus tajribaga ega bo'lgan inspektorlar shug'ullanadi, hujjatlar (deklaratsiya, xabarnomalar, chaqiriqlar va boshq.) ko'p yoziladi.

Jismoniy shaxslar soliqlari ichida eng yirigi fuqarolar jami daromadiga soliqdir. Bu soliq orqali fuqarolarning guruhlarini daromadlarini boshqarib borish imkoniyati yaratiladi.

Yuqorida bayon etilganidek, yuridik shaxslarning budjetlarga to'laydigan soliqlari to'g'ri va egri soliqlarga bo'linadi. To'g'ri soliqlar foyda soliqlari va resurslar soliqlaridan tashkil topadi. Egri soliqlar esa qo'shilgan qiymat solig'i, aksiz solig'i, bojxona bojidan iboratdir.

Yuridik shaxslar soliqlari ichida egri soliqlar salmog'i ortib borishi an'anasiga ega, to'g'ri soliqlar salmog'i esa pasayib borish yo'nalishidadir. Bunday holat mahsulot ishlab chiqaruvchilarning hissasiga tushadigan soliq yukini kamaytirib, ularning ishlab chiqarish faoliyatini kuchaytiradi. Shu bilan birga, to'g'ri va egri soliqlar budjetning mustahkam manbayiga aylanib, uning o'ta ijtimoiy zarur bo'lgan xarajatlarini o'z vaqtida va uzluksiz moliyalashtirish imkonini yaratadi. Bularning ahamiyati beqiyos kattadir. Bu soliqlarsiz budjetlarni rejali moliyalashtirishning iloji yo'q.

Yuridik shaxslar soliqlari pul muomalasini mustahkamlashda ham katta ahamiyatga ega. To'g'ri soliqlar yuridik shaxslarning xarajatlarga mo'ljallangan mablag'larini qisqartirib, muomalaga oz pul chiqarishga olib keladi. Egri soliqlar esa, tovar (ish, xizmat)lar tarkibida bo'lib, baho hisobiga muomaladagi ortiqcha

pullarni muomaladan oladi. Shunday qilib, soliqlar pul muomalasini mustahkamlashda katta ahamiyatga ega bo'ladi. Soliqlarning oshishi tovar (xizmat, ish) taklifini oshiradi, talabni kamaytiradi. Bu esa, pul emissiyasini kamaytiradi. Ammo taklifda real qiymati past bo'lganligidan inflatsiyani paydo qilishi mumkin.

Yuridik shaxslar o'zlariga yuklatilgan soliqlarni hisoblash va budjetga o'z vaqtida, to'liq to'lash javobgarligini olganlar. Ularning to'laydigan soliqlari, asosan, naqd pulsiz, ya'ni korxonalar, tashkilot, birlashmaning bankdagi hisob raqamlaridan mablag'ni ko'chirib, respublika yoki mahalliy budjetiga o'tkazish yo'li bilan amalga oshiradi. Qoida bo'yicha har qanday yuridik shaxs o'z soliq va boshqa majburiy to'lovlarni belgilangan vaqtda budjetga to'liq o'tkazishga majburdirlar. Buning uchun ular soliq va boshqa to'lovlarning muddati kelgan kungacha, pullarni o'tkazish hujjatlari bo'lmish to'lov topshirig'i, cheklarni yozib banklarga topshirgan bo'lishlari kerak.

Agar to'lov topshiriqlari o'z muddatida yozilib banklarga topshirilmagan bo'lsa, soliq idoralari o'zlarining inkasso-to'lov talabnomalari orqali undirib oladilar. O'z vaqtida budjetga o'tkazilmagan har bir kun uchun o'tkazilishi kerak bo'lgan soliq summasi hisobidan 0,05 % penya hisoblanib, soliqqa qo'shimcha ravishda budjetga majburiy undiriladi. Albatta, penya summasi ko'payishi korxonaning moliyaviy holatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Penya korxonalar uchun qo'shimcha soliqdir.

Shuning uchun har qanday xo'jalik subyektlari hisobchilari soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni ularda belgilangan to'lov muddatigacha o'z vaqtida to'lab borishlari shart. Bunda, ayniqsa, bo'nak (avans) to'lovlarga ko'proq e'tibor qaratilishi lozim, chunki QQS, daromad (foyda)ga soliq va boshqalarda bo'nak to'lovlar soni ko'p bo'lganligidan boqimandaning ko'payishiga olib keladi. Hozirgi kunda bu boqimanda bilan kurash iqtisodiyotni barqarorlashtirishda muhim davlat tadbirlariga aylanmoqda.

Yuridik shaxslarning hamma soliqlari naqd pulsiz to'lanadi. Biroq ayrim yig'img'lar (davlat va bojxona bojlari) naqd pulli bo'lishi mumkin. Yuridik shaxslar soliqlarining naqd pulsiz to'lanishi juda katta iqtisodiy ahamiyatga ega. Pul o'tkazishlar tezlashadi, ijtimoiy xarajatlar tejaladi.

Jismoniy shaxslar deganda, O'zbekiston Respublikasining fuqarolari, chet el fuqarolari va fuqaroligi bo'lmagan shaxslar tushuniladi. Moliya yilida soliq solinadigan daromad, mol-mulk, yer maydoni,

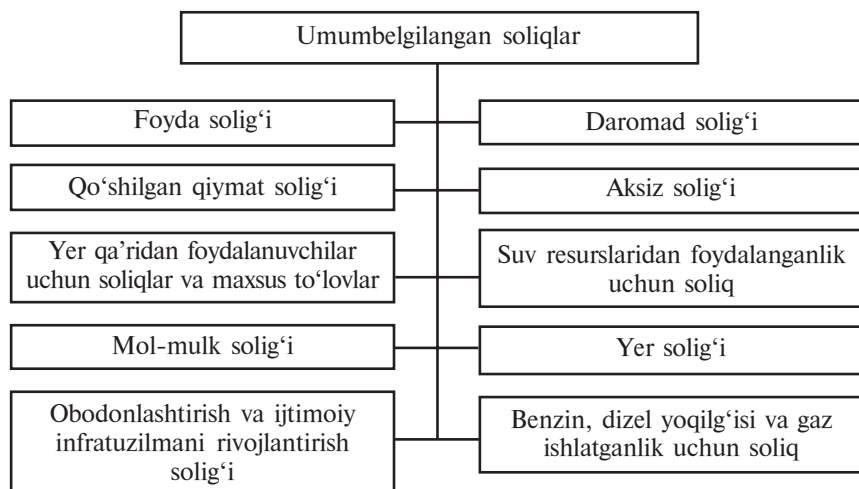
transport vositalari va shu kabi boshqa predmetlarga ega bo'lgan jismoniy shaxslar ularga belgilangan soliqlarni to'laydilar.

O'zbekiston Respublikasida doimiy yashab turgan yoki moliya yilida boshlanadigan, yoxud tugaydigan o'n ikki oygacha bo'lgan istalgan davr mobaynida 183 kun yoki undan ko'proq muddatda O'zbekistonda turgan jismoniy shaxs O'zbekiston Respublikasining rezidenti deb qaraladi. O'zbekiston Respublikasining rezidenti bo'lgan jismoniy shaxslarga ularning O'zbekiston Respublikasidagi, shuningdek, undan tashqaridagi faoliyati manbalaridan olingan daromadlari bo'yicha soliq solinsa, O'zbekiston Respublikasining rezidenti bo'lmagan jismoniy shaxslarga O'zbekiston Respublikasi hududidagi faoliyatdan olingan daromadlar bo'yicha soliq solinadi.

Umuman olganda, mamlakatimiz soliq qonunchiligidan kelib chiqib, soliqqa tortish nuqtayi nazaridan yuridik shaxslarni shartli ravishda quyidagicha guruhlash mumkin:

1. Umumiy tartibda soliq to'lovchi yuridik shaxslar.
2. Mikrofirmalar, kichik korxonalar va oilaviy korxonalar.
3. Qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilari.
4. Savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari.
5. Lotereyalar, totalizatorlar va tavakkalchilikka asoslangan boshqa o'yinlar o'tkazishga ixtisoslashgan yuridik shaxslar.
6. Tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bilan shug'ullanuvchi yuridik va jismoniy shaxslar.

Umumiy tartibda soliq to'lovchi yuridik shaxslar quyidagi umumbelgilangan soliqlarni to'laydi:

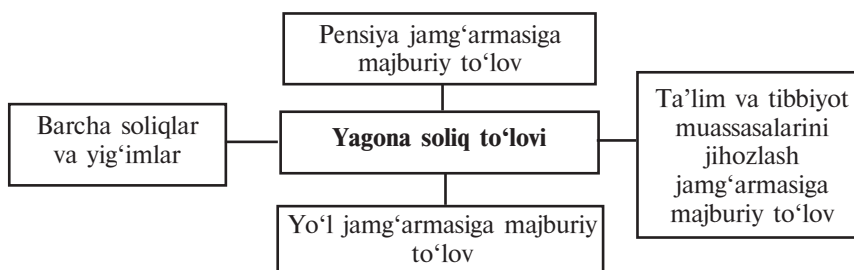


Umumbelgilangan tartibda soliq to‘lashda yuqorida keltirilgan soliqlardan tashqari Pensiya, Yo‘l hamda Ta‘lim va tibbiyot muassasalarini jihozlash jamg‘armalariga majburiy to‘lovlar amalga oshiriladi. Umumbelgilangan tartibga soliq to‘lovchi tadbirkorlik subyektlari yuqorida keltirilgan jami soliqni to‘lashlari shart deya xulosa chiqarmaslik kerak. Ko‘rsatadigan faoliyat turlaridan kelib chiqib, ushbu soliqlardan tegishlilarini to‘laydilar, xolos. Masalan, agar korxonaga yerosti boyliklarini qazib oluvchi, ulardan foydalanuvchi bo‘lsa, yer qo‘lidan foydalanganlik uchun soliq to‘laydilar, shuningdek, yer maydoniga ega bo‘lsa, yer solig‘i, suv tarmog‘i mavjud bo‘lsa, suv solig‘i, aksizosti tovarlar ishlab chiqarsa, aksiz solig‘i, yonilg‘i quyish shoxobchalari esa qo‘shimcha ravishda benzin, dizel-yonilg‘i va gaz ishlatilganlik uchun soliqlarni to‘lashlari mumkin. Lekin aksariyat umumbelgilangan tartibda soliq to‘lovchi tadbirkorlik subyektlari foyda, qo‘shilgan qiymat solig‘i, obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish soliqlarini to‘laydilar, qolgan soliqlarni soliq solinadigan obyektning mavjud yoki yo‘qligiga bog‘liq ravishda to‘lashlari mumkin.

7.4. Yagona soliq to‘lovi

Tadbirkorlik subyektlarini soliqqa tortish tartibi

Belgilangan tartibda ro‘yxatdan o‘tgan kichik tadbirkorlik subyektlari, ya‘ni kichik korxonalar, mikrofirmalar va oilaviy korxonalar yagona soliq to‘lovini to‘lashni nazarda tutadigan soliq solishning soddalashtirilgan tartibini yoki umumbelgilangan soliqlar to‘lashni tanlashga haqli. Yagona soliq to‘lovining muhim afzalligi bir qancha soliq va majburiy to‘lovlar o‘rniga bitta yagona soliq to‘lovi amalga oshiriladi. Lekin ushbu soliq to‘lovi faoliyat natijasida foyda olinish yoki zarar bilan yakunlanishdan qat’i nazar, realizatsiya hajmiga nisbatan hisoblanadi.



Yagona soliq to'loviga o'tgan kichik korxonalar va mikro-firmalar quyidagi soliqlarni to'laydi:

- yagona soliq to'lovi;
- aksizosti tovarlarini ishlab chiqargan holda aksiz solig'i;
- yerosti boyliklaridan foydalanganda yerosti boyliklaridan foydalanganlik uchun soliq.

Ayrim faoliyat bilan shug'ullanuvchi kichik tadbirkorlik subyektlari yagona soliq to'lovi to'lashga o'tishga haqli emas. Masalan, aksiz solig'i to'lanadigan mahsulot ishlab chiqarishni va yer qa'ridan foydalanganlik uchun soliq solinadigan foydali qazilmalarni qazib olishni amalga oshiruvchi va yagona yer solig'i to'lovchi fermerlar, qat'iy belgilangan soliq to'lovchi tadbirkorlik subyektlari yagona soliq to'lovi to'lashga o'ta olmaydilar. Shu bilan birga, savdo va umumiy ovqatlanish korxonalari, lotereyalar tashkil qilish bo'yicha faoliyatni amalga oshiruvchi yuridik shaxslar yagona soliq to'lovi to'lovchi hisoblanib, umumbelgilangan tartibda soliq to'lashga o'tishga haqli emaslar.

Qishloq xo'jaligi tovar ishlab chiqaruvchilari quyidagi soliqni to'laydi:

- yagona yer solig'i.

Tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari (sartaroshxona, bilyardxonalar, o'yin avtomatlari) bilan shug'ullanuvchi yuridik shaxslar quyidagi soliqni to'laydi:

- qat'iy soliq.

Shuningdek, yuqoridagi barcha yuridik shaxslar quyidagi yig'imlar, bojlar va boshqa majburiy to'lovlarni ham to'laydilar:

- bojxona to'lovlari (bojxona bojlari va yig'imlari, aksiz solig'i va tovarlarni import qilishda qo'shilgan qiymat solig'i);

- davlat bojlari;

- tovarlarning ayrim turlari bilan savdo qilish huquqi uchun yig'imlar;

- davlat maqsadli fondlariga ajratmalar (budjetdan tashqari pensiya fondi, respublika yo'l fondi, bandlik fondi);

- ro'yxatga olganlik uchun yig'im.

Jismoniy shaxslar to'laydigan soliqlar va yig'imlar tarkibi quyidagilardan iborat:

- jismoniy shaxslarning daromadiga solinadigan soliq;

- mol-mulk solig'i;

- yer solig'i;

- jismoniy shaxslardan transport vositalariga benzin, dizel yoqilg'isi va gaz ishlatganlik uchun olinadigan soliq;

- suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq;
- yer qa'ridan foydalanganlik uchun soliq;
- yagona bojxona to'lovi (import boji, qo'shilgan qiymat solig'i va yig'im o'rniga joriy etilgan);
- import uchun aksiz solig'i;
- davlat boji;
- tovarlarning ayrim turlari bilan savdo qilish huquqi uchun yig'imlar;
- tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslarni ro'yxatga olinganlik uchun yig'im.

Yangi tashkil etilgan mikrofirmalar va kichik korxonalar, oilaviy korxonalar davlat ro'yxatidan o'tkazilgan kundan e'tiboran, o'n besh kundan kechiktirmasdan o'zlari joylashgan tumandagi davlat soliq xizmati organini yagona soliq to'lovini to'lashga o'tishi to'g'risida yozma ravishda xabardor etishlari zarur, aks holda umumbelgilangan tartibda soliq to'laydilar.

Yakka tartibda faoliyat ko'rsatuvchi tadbirkorlar qat'iy belgilangan soliq to'lovini va pensiya jamg'armasiga sug'urta badalini amalga oshiradilar. Qat'iy belgilangan soliq stavkalari yakka tadbirkorlar shug'ullanadigan faoliyat turlariga va joylashgan joyiga (viloyat, tuman) qarab tabaqalashtirilgan. 2013-yilga qadar yil davomida eng kam oylik ish haqining o'zgarishi natijasida yakka tartibdagi tadbirkorlar tomonidan to'lanadigan qat'iy belgilangan soliq miqdori o'zgarib borardi, 2013-yildan boshlab yilning boshida belgilangan eng kam oylik ish haqiga nisbatan hisoblangan qat'iy belgilangan soliq miqdori yil davomida saqlanib qoladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012-yil 10-maydagi qaroriga ko'ra, qishloq joylardagi mahallalar hududida maishiy xizmat ko'rsatish bilan shug'ullanuvchi yakka tartibdagi tadbirkorlar (sartaroshlar, tikuvchilar, poyabzal, maishiy texnikani ta'mirlash bo'yicha usta va boshq.) qat'iy belgilangan soliq to'lashdan 3 yil muddatga ozod etiladi.

Yuqorida qayd etilganlardan xulosa qilib aytishimiz mumkinki, mamlakatimiz soliq qonunchiligiga muvofiq, soliq to'lovchilar ikki katta guruhga, ya'ni yuridik va jismoniy shaxslar guruhiga bo'linadi. Ularning faoliyat ko'rsatish xususiyatidan kelib chiqib, yana tarkibiy qismlarga ajratish mumkin. Respublikamiz davlat budjeti daromadlarini shakllantirishda yuridik shaxslar to'laydigan soliqlar katta ahamiyatga egaligini yuqoridagi ma'lumotlardan bevosita ko'rishimiz mumkin.

7.5. Soliqqa oid qonunbuzarliklar va ularga nisbatan qo'llaniladigan jazo choralari

Soliqqa oid huquqbuzarliklar va ular uchun javobgarlik O'zbekiston Respublikasi Soliq kodeksining IV bo'limida belgilangan. Soliq to'lovchining kodeksda javobgarlik belgilangan g'ayriqonuniy aybli qilmishi (harakati yoki harakatsizligi) soliqqa oid huquqbuzarlik, deb e'tirof etiladi. Jismoniy shaxslarning soliqqa oid huquqbuzarliklar sodir etganlik uchun javobgarligi o'n olti yoshdan boshlab vujudga keladi.

Hech kim soliqqa oid huquqbuzarliklar uchun ushbu kodeksda nazarda tutilganidan boshqa asoslar bo'yicha va tartibda javobgarlikka tortilishi mumkin emas. Hech kim soliqqa oid sodir etilgan aynan bitta huquqbuzarlik uchun takroran javobgarlikka tortilishi mumkin emas.

Agar jismoniy shaxs sodir etgan soliqqa oid huquqbuzarlikda O'zbekiston Respublikasining Jinoyat kodeksida nazarda tutilgan jinoyat alomatlarini bo'lmasa, bu huquqbuzarlik uchun Soliq kodeksida nazarda tutilgan javobgarlik kelib chiqadi. Yuridik shaxsning soliqqa oid huquqbuzarlik uchun javobgarlikka tortilishi tegishli asoslar mavjud bo'lgan taqdirda, uning mansabdor shaxslarini ma'muriy, jinoiy va boshqa javobgarlikdan ozod etmaydi. Soliq to'lovchining soliqqa oid huquqbuzarliklar uchun javobgarlikka tortilishi uni soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lash majburiyatidan ozod etmaydi.

Shaxsning aybi qonunda belgilangan tartibda isbotlanmaguniga qadar, u soliqqa oid huquqbuzarlikni sodir etishda aybdor hisoblanmaydi. Javobgarlikka tortilayotgan shaxs o'zining soliqqa oid huquqbuzarlik sodir etganlikda aybsiz ekanligini isbotlashi shart emas. Soliq to'lovchi soliqqa oid bir necha huquqbuzarliklar sodir etgan taqdirda, moliyaviy sanksiyalar har bir huquqbuzarlikka nisbatan alohida-alohida qo'llaniladi.

Shaxs soliqqa oid huquqbuzarlik uchun quyidagi holatlardan loaqal bittasi mavjud bo'lgan taqdirda javobgarlikka tortilishi mumkin emas:

- soliqqa oid huquqbuzarlik sodir etganligi faktining yo'qligi;
- soliqqa oid huquqbuzarlik sodir etilishida shaxsning aybi yo'qligi.

Soliq to'lovchi soliq tekshiruvi o'tkazilguniga qadar xatoni o'zi tuzatgan taqdirda javobgarlikdan ozod etiladi, penya to'lash bundan mustasno. Moliyaviy sanksiyalar soliqqa oid huquqbuzarlik

uchun javobgarlik chorasi bo‘lib, pul undirish (jarimalar va penya) tarzida qo‘llaniladi.

Yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlarga — soliq to‘lovchilarga moliyaviy sanksiyalar sud tartibida qo‘llaniladi, soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlarni to‘lash muddati o‘tkazib yuborilganligi uchun penya hisoblash, shuningdek, soliq to‘lovchi sodir etilgan huquqbuzarlikdagi aybini tan olgan va jarimani ixtiyoriy ravishda to‘lagan hollar bundan mustasno. Soliq to‘lovchi jismoniy shaxslarga nisbatan moliyaviy sanksiyalar faqat sud tartibida qo‘llaniladi, penya hisoblash hollari bundan mustasno.

Soliqlar, boshqa majburiy to‘lovlar va penya materiallar sudga berilgan kundan e‘tiboran o‘ttiz kun ichida, ixtiyoriy ravishda to‘langan taqdirda tadbirkorlik subyekti — soliq to‘lovchi o‘ziga nisbatan soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlarni to‘lamaganligi uchun jarimalar qo‘llanilishidan ozod qilinadi.

O‘zbekiston Respublikasining Soliq kodeksida soliq sohasida qonunbuzarliklar va ularga nisbatan qo‘llaniladigan jazo choralari moliyaviy jazo choralari ham ko‘zda tutilgan (113-modda va 17-bob). Moliyaviy jazo chorasi soliq sohasidagi huquqbuzarlik uchun javobgarlik chorasi bo‘lib, pul undirish (jarimalar va penya) tarzida qo‘llaniladi.

Yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlarga moliyaviy jazo choralari sud tartibida qo‘llaniladi, soliqlar va majburiy to‘lovlarni to‘lash muddati o‘tkazib yuborilganligi uchun penya hisoblab chiqarish, shuningdek, soliq to‘lovchi sodir etilgan huquqbuzarlikda aybni tan olganda va jarimani ixtiyoriy ravishda to‘lagan holatlar bundan mustasno.

Soliq to‘lovchiga — jismoniy shaxsga nisbatan moliyaviy jazo choralari faqat sud tartibida amalga oshiriladi, penyani hisoblab chiqarish hollari bundan mustasno. Tadbirkorlik subyekti tomonidan sudga materiallar berilgan kundan e‘tiboran, bir oy davomida ixtiyoriy ravishda soliqlar, majburiy to‘lovlar va penya to‘langanda, unga nisbatan soliq va majburiy to‘lovlar to‘lanmaganlik uchun jarima qo‘llanilmaydi.

Soliq to‘lovchilarni, shu jumladan, O‘zbekiston Respublikasi norezidentlarining, davlat ro‘yxatidan o‘tkazish, bir vaqtning o‘zida davlat soliq xizmati organlarida hisobdan o‘tkazish birga amalga oshiriladigan soliq to‘lovchilarni istisno etganda, davlat soliq xizmati organida hisobdan o‘tishdan bo‘yin tovlashi quyidagi miqdorda jarima solishga sabab bo‘ladi:

- agar faoliyat o‘ttiz kungacha amalga oshirilgan bo‘lsa, eng kam oylik ish haqining ellik baravari miqdorida, biroq ushbu faoliyat natijasida olingan sof tushumning o‘n foizidan kam bo‘lmagan miqdorida;

- agar faoliyat o‘ttiz kundan ortiq muddatda amalga oshirilgan bo‘lsa, eng kam oylik ish haqining yuz baravari miqdorida, biroq ushbu faoliyat natijasida olingan sof tushumning o‘n foizidan kam bo‘lmagan miqdorida.

Tovarlar (ishlar, xizmatlar)ni realizatsiya qilishdan tushgan summani yashirish (kamaytirib ko‘rsatish), deb mazkur modda maqsadida quyidagilar e‘tirof etiladi:

- tovarlar (ishlar, xizmatlar)ni realizatsiya qilishdan tushgan tushum summasi hisobga olish registrarlarida aks ettirilmaganligi, basharti, tovarlar (ishlar, xizmatlar) realizatsiya qilinganligi hollari hujjat bilan tasdiqlansa;

- tovarlar (ishlar, xizmatlar) realizatsiya qilinganligidan dalolat beruvchi hujjatlar almashtirilganligi, soxtalashtirilganligi yoki yo‘q qilinganligi;

- hisobda realizatsiya qilinmagan, deb sanaluvchi tovarlarning omborlarda yoki realizatsiya qilish joylarida yo‘qligi.

Soliq hisobotini taqdim etmaganlik, o‘z vaqtida taqdim etmaganlik, shunday huquqbuzarlik uchun ma‘muriy jazo qo‘llanilganidan keyin takroran sodir etilgan bo‘lsa, jismoniy shaxsga va soliq to‘lovchining mansabdor shaxsiga nisbatan:

- muddati o‘tkazib yuborilgan har bir kun uchun bir foiz miqdorida, biroq belgilangan to‘lov muddatida to‘lanishi lozim bo‘lgan to‘lov miqdoridan ushbu hisobot davri uchun hisoblab chiqarilgan to‘lovlarni chegirib tashlangan summaning o‘n foizidan ko‘p bo‘lmagan miqdorda jarima solishga sabab bo‘ladi;

- buxgalteriya hisobining yo‘qligi yoki hisoblanishi lozim bo‘lgan soliqlar va majburiy to‘lovlar summasini aniqlab bo‘lmazligiga olib kelgan buxgalteriya hisobining belgilangan tartibini buzgan holda yuritilganligi — soliq to‘lovchi — yuridik shaxsga nisbatan soliqlar va majburiy to‘lovlarning miqdorini aniqlash imkoniyati bo‘lmagan davr uchun, tovarlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushum miqdorining bir foizi miqdorida, biroq eng kam oylik ish haqining ellik baravari miqdoridan kam bo‘lmagan miqdorda jarima solishga sabab bo‘ladi.

Biroq soliq to‘lovchi buxgalteriya hisobini tiklash majburiyatidan ozod etilmaydi.

Faoliyat turlari bilan litsenziyasiz yoki ruxsat beruvchi guvohnomasiz shug'ullanish:

- faoliyatning ana shu turlarini litsenziyasiz amalga oshirish davrida olingan sof foyda miqdorida jarima solishga sabab bo'ladi.

Qo'shilgan qiymat solig'i to'lovchisi bo'lmagan mahsulot yetkazib beruvchilar tomonidan tovarlar (ishlar, xizmatlar) realizatsiya qilinganda qo'shilgan qiymat solig'ini schot-fakturada aks ettirganlik:

- mahsulot yetkazib beruvchilarga schot-fakturada ko'rsatilgan soliq summasi miqdorida hamda shu summaning yigirma foizi miqdorida jarima solishga sabab bo'ladi.

Bunda tovalar (ishlar, xizmatlar)ni sotib oluvchilar qo'shilgan qiymat solig'i bo'yicha davlat budjeti bilan qayta hisob-kitoblar qilishmaydi.

Nazorat-kassa mashinalarini ishlatish majburiy bo'lgani holda ularni ishlatmasdan savdoni amalga oshirganlik va xizmatlar ko'rsatganlik, shuningdek, xaridorga kvitansiya yozib berish, talonlar yoki ularga tenglashtirilgan boshqa hujjatlarni berish majburiy bo'lgani holda bunday hujjatlarni bermasdan tovarlarni realizatsiya qilganlik va xizmatlar ko'rsatganlik:

- eng kam oylik ish haqining o'ttiz baravari miqdoridan ellik baravari miqdorigacha jarima solishga sabab bo'ladi;

- o'sha qilmishlar moliyaviy jazo qo'llanilganidan keyin bir yil ichida takroran sodir etilgan taqdirda esa, eng kam oylik ish haqining ellik baravari miqdoridan yuz baravari miqdorigacha.

Texnik talablarga javob bermaydigan nazorat-kassa mashinalaridan foydalanganlik, fiskal xotirasining xizmat ko'rsatish dasturi buzilgan nazorat-kassa mashinalaridan foydalanish:

- yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlarga eng kam oylik ish haqining yuz baravari miqdorida jarima solishga sabab bo'ladi;

- o'sha qilmishlar takroran sodir etilganda esa, eng kam oylik ish haqining ikki yuz baravari miqdorida.

Soliqlar va majburiy to'lovlarni to'lash muddatlarini buzish:

- to'lovning belgilangan muddatidan keyingi kundan e'tiboran, muddati o'tkazib yuborilgan har bir kun uchun, to'lov kuni ham shunga kiradi, 0,05 % miqdorida penya hisoblab chiqarishga sabab bo'ladi.

TAYANCH SO‘Z VA IBORALAR

Soliq tushunchasi; soliqlarning obyektiv zarurligi; soliqlarning umumiy belgilari; soliqlarning funksiyalari; fiskal funksiya; tartibga solish funksiyasi; rag‘batlantirish funksiyasi; nazorat funksiyasi; axborot bilan ta‘minlash funksiyasi; soliqlarning vazifalari; soliqqa tortish tamoyillari; soliq tizimi; egri soliqlar; to‘g‘ri soliqlar; umumdavlat soliqlari; mahalliy soliqlar va yig‘imlar; yuridik shaxslar to‘laydigan soliqlar; jismoniy shaxslar to‘laydigan soliqlar; oborotdan olinadigan soliqlar; daromaddan olinadigan soliqlar; mol-mulk qiymatidan olinadigan soliqlar; jismoniy shaxslar; yuridik shaxslar; moliyaviy jazo; penya.



NAZORAT SAVOLLARI

1. Soliqlarning iqtisodiy mohiyatini tushuntiring.
2. Soliqlarning obyektiv zarurligi nimalarda ko‘rinadi?
3. Soliqlarning xususiyatlari va belgilari borasida ma‘lumot bering.
4. Soliqlarning funksiyalari va vazifalarini farqlab bering.
5. Soliqqa tortish tamoyillari qanday tartibda guruhlanadi?
6. Soliqqa tortishning iqtisodiy, tashkiliy va huquqiy tamoyillari mohiyatini tushuntirib bering.
7. O‘zbekiston Respublikasi Soliq kodeksida qanday soliqqa tortish tamoyillari ifodalangan?
8. O‘zbekiston Respublikasi soliq tizimini guruhlab bering.
9. Obyektiga qarab, soliqlar necha guruhga bo‘linadi?
10. To‘g‘ri va egri soliqlarning farqlarini aniqlab bering.
11. Egri va to‘g‘ri soliqlarga qaysi soliqlar kiradi?
12. Moliyaviy jazo chorasi nima?
13. Soliqlar va majburiy to‘lovlarni to‘lash muddatlarini buzganlik uchun jazo choralari.

8-bob. TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA MARKETING

8.1. Marketing saboqlari

Marketingning eng sodda shakllarini tovar-moliya munosabatlari endi paydo bo'lib, taraqqiy eta boshlagan davrda uchratish mumkin. Bizga tovarlar reklamasi haqidagi ma'lumotlar Qadimgi Misr, Mesopotamiya va Sharqiy Osiyo davlatlarida bo'lganligi tarixdan ma'lum. Masalan, 1650-yilda Yaponiyaning «Mitsui» savdo firmasi xodimlaridan biri Tokioda universal do'konga o'xshash savdo markazi ochgan. Bu yerda marketingning asosiy tamoyillaridan ba'zilarini u amalda qo'llagan, ya'ni turli tovar turlari bo'yicha talab va taklifni aniqlash, xaridorgir tovarlarni ishlab chiqarish uchun buyurtmalar qabul qilish, tovarlarga kafolat muddati belgilash, shu muddat davomida xaridor tovarni qaytarib berib, o'z pulini olib ketish huquqiga ega ekanligini e'tirof etish, tovarlarni reklama qilish kabilardir.

Iqtisod, sotsiologiya va boshqarish chorrahasida mustaqil fan sifatida ajralib chiqqan marketingning nazariy asoslari birinchi bo'lib amerikalik Sayrus Makkormik (1809—1884) tomonidan yaratilgan. Lekin tarixda u iqtisodchi sifatida emas, ko'proq birinchi kombayn konstruktori sifatida mashhurdir. U faqat texnik ma'lumotga ega bo'lishiga qaramay, zamonaviy marketingning quyidagi yo'nalishlari asoslarini yaratdi: bozorni o'rganish va tahlil qilish, baho siyosati, servis xizmatining asosiy turlari va tanlash tamoyillari. Bular hammasi, o'z navbatida, uning «International Harvester» firmasining gullab-yashnashiga sababchi bo'lgan.

«Marketing» so'zi (ingl. «*market*» — bozor) XX asrning boshlaridagina keng qo'llanila boshlanib, u raqobat sharoitida ishlab chiqaruvchilarning tovar va xizmatlari sotilishini ta'minlash yo'lidagi faoliyatini bildiradi. Tabiiyki, har bir ishlab chiqaruvchi ozmi-ko'pmi bu faoliyat bilan o'z bilimlari, tajribasi va boshqa ishlab chiqaruvchilarning faoliyati tahliliga tayangan holda shug'ullanadi. «Marketing» tushunchasidan foydalanish ko'proq qator ilmiy ishlarning paydo bo'lishi bilan bog'liqdir. Bu ishlarda turli ishlab chiqaruvchilarning raqobat sharoitida o'z tovar va

xizmatlarini bozorda sotishni ta'minlashi bo'yicha faoliyatlari tahlil qilinib umumlashtirilgan hamda marketingning iste'molchilar uchun bo'lgan raqobatli kurashda muvaffaqiyatga olib keluvchi prinsiplari, yo'nalishlari va uni amalga oshirish metodlari (yo'l-yo'riqlari) ta'riflab berilgan.

Marketing bankning faoliyat turlarini emas, balki uning maqsadi, mafkurasi va strategiyasini ta'rif-tavsif qiluvchi konsepsiyani qabul qilish bilan boshlanishi lozim. Konsepsiya qabul qilinganidan so'ng bank o'zining ichki holati va faoliyatini amalga oshirayotgan tashqi muhitni hisobga olgan holda, marketing sohasida ishni tashkil qilishning turli shakllaridan foydalanishi mumkin. Marketing sohasida ishni tashkil qilish bo'yicha hammabop formula yo'q, uning tizimini tuzishning umumiy sxemasi ham mavjud emas. Shu sababli biz marketingning xalqaro amaliyotda qabul qilingan bir qancha ta'riflarini tahlil qilishni lozim deb topdik.

Marketingning zamonaviy ta'riflari

Marketing — ijodiy, doimiy va agressiv qarorlar qabul qilinuvchi hamda bozorga yo'naltirilgan fikr yuritishning boshqaruv usuli.

Marketing — ayirboshlash yordamida iste'molchilarning ehtiyoj va xohishlarini aniqlash va qondirishga yo'naltirilgan faoliyat turlari.

Marketing — tovar va xizmatlarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yetkazib berish bilan shug'ullanadigan tadbirkorlik faoliyatidir.

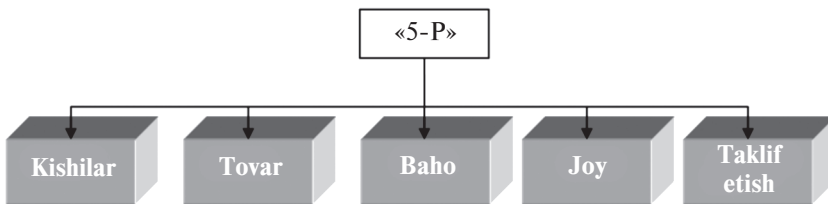
O'tgan asrning 20—30-yillarida marketingga tegishli bo'lgan ko'plab ishlar nashr etildi. Masalan, ingliz iqtisodchisi Edjeni Makkarti marketingning mazmunini yanada oydinlashtirish maqsadida «4-P» nomli modelni taklif etadi. Bu nom marketingning to'rt asosiy unsuri: tovar (*Product*), baho (*Price*), joy (*Place*) va foyda (*Profit*)dan kelib chiqqan. Birinchi marta tovar kategoriyasi kiritilgan bu model «Jeneral Elektrik» kompaniyasining komissiyasi tomonidan qabul qilingan. «4-P» modeli uch pog'onadan iborat bo'lib, undan har qanday ishlab chiqaruvchi, shu jumladan, banklar ham foydalanishi mumkin.

Birinchi pog'onada xaridorlar (iste'molchilar), mijozlar joylashgan. Ular sonining ko'payishi har qanday korxonaga faoliyatining, umuman, marketingning maqsadi hisoblanadi. Chunki

korxonalar faqat o'z tovarlari (xizmatlari)ga pul to'lashga tayyor bo'lgan xaridorlar (mijozlar)ni topgandagina mavjud bo'lishi mumkin.

Ikkinchi pog'ona — bu har qanday korxonaning xarajat va imkoniyat omillari, ish faoliyatining samaradorligi va ishchanligini aks ettiruvchi ko'rsatkichlar majmuasidan iborat. Modelning uchinchi pog'onasida korxonaning foydasi joylashgan. Korxonalar faoliyatini tahlil qilish uchun har bir pog'onada, iqtisodiy-matematik va statistik metodlardan foydalanib modellar tuzish korxonalar faoliyatini nazorat qilish va uning taraqqiy etish yo'llarini ko'rsatish lozim. Edjeni Makkarti yana tashqi, ya'ni korxonalar boshqara olmaydigan, lekin o'z faoliyatida unga moslashishi lozim bo'lgan omillarni ham ajratib berdi. Masalan, har bir sherikning davlatidagi siyosat va huquq me'yorlari, madaniy va ijtimoiy holat, iqtisodiyotning umumiy ahvoli, ekologik vaziyat, inqiroz, raqobatning darajasi va sifati.

Keyinchalik «4-P» modeli rivojlantirilib, marketing bo'yicha mashhur amerikalik mutaxassis F. Kotlerning ishlarida tugallangan ko'rinishga keltirildi. Bu model faqat tovar ishlab chiqaruvchilarga tegishli bo'lmay, turli xizmatlar ko'rsatuvchilar uchun ham muhim ahamiyat kasb etadi. Qayta ishlangan model «5-P» modelining tasnifi 8.1-rasmda keltirilgan.



8.1-rasm. «5-P» modelining tasnifi.

Keng ma'noda «marketing — bu ijtimoiy jarayon bo'lib, uning maqsadi kerakli tovar va xizmatlarni to'g'ridan to'g'ri ayirbosh qilish yoki bozor orqali ayrim individlar va ijtimoiy guruhlar hamda korxonalar uchun foyda olishdir». Yana bir ta'rifda «marketing — bu bozorda yuz beradigan jarayonlarni har tomonlama hisobga olgan holda kompaniya va firmalar faoliyatini boshqaruvchi va tashkil qiluvchi tizimdir» deyilgan.

Bu ta'riflardan ko'rinib turibdiki, marketing juda keng talqin qilinib, aslini aytganda, korxonaning butun faoliyatiga, ya'ni

iste'molchilarning talablarini aniqlab, ularni qondirish maqsadida tovar va xizmatlarni ishlab chiqishdan tortib, to ularni sotishgacha bo'lgan barcha jarayonlarga tegishlidir. Adabiyotlarda marketingga korxonada ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarni sotish bilan bog'liq bo'lgan bir funksiya, ya'ni boshqarish funksiyasiga bog'lab berilgan ta'riflari ham uchraydi.

Masalan, «marketing — bu boshqarish faoliyatining yetakchi yo'nalishi bo'lib, o'z ichiga iste'molchilar talabini o'rganish, tahlil qilish, rejalash, amalga oshirish va shu dasturlarning bajarilishi ustidan nazorat o'rnatishni hamda maksimal darajada ham iste'molchilar, ham ishlab chiqaruvchilar talablarini qondiradigan, mahsulot va qiymatlarni sotishni ta'minlovchi operativ boshqarmani vujudga keltirishni oladi». Bu va shu kabi ta'riflarda marketing deganda, raqobat sharoitida tovar va xizmatlar bozorini o'rganish va ularni bozorda sotishni ta'minlovchi chora-tadbirlarni amalga oshirish bilan bog'liq bo'lgan konkret faoliyat tushuniladi.

Bundan tashqari, ma'lum fan sohalariga bog'liqligi hisobga olingan holda marketing mohiyatini ochib beruvchi boshqa nuqtayi nazarlar ham mavjuddir. Masalan, A. Rolf marketingga aniq ifodalangan iqtisodiy yo'nalish berib, uni quyidagicha ta'riflaydi: marketing — «bu tovar va xizmatlarni ishlab chiqaruvchilardan iste'molchi va foydalanuvchiga yuborilishini boshqaradigan tadbirkorlik faoliyatidir». Kolumbiyalik olimlar esa, marketingni ijtimoiy nuqtayi nazardan ta'riflaydilar: «bu ijtimoiy jarayon bo'lib, u orqali tovar va xizmatlarga bo'lgan talab oldindan aytib beriladi, kengaytiriladi va qondiriladi».

Amerika Marketing Assotsiatsiyasi olimlarining fikriga ko'ra, marketing — bu «tovar va xizmatlar oqimini ishlab chiqaruvchidan pirovard yoki oraliq iste'molchiga yo'naltiriladigan turli xo'jalik faoliyatlarining amalga oshirilishidir». Bu ta'rif biron kompaniya faoliyati natijalarining samaradorligi ekanligini emas, balki faoliyat bu jarayon ekanligini ta'kidlaydi. Shunday bo'lsa ham, marketing ishlab chiqarish tugagandan keyin boshlanmasligi, aksincha, uning vazifalari qatoriga ishlab chiqarishni kengaytirish istiqbolini hisobga olgan holda ishlab chiqarish quvvati va muhandis-texnik imkoniyatlarining daromad keltirish yo'llarini aniqlash ham kirishini uqtirib o'tish maqsadga muvofiqdir. Chunki bunday ta'rif marketing ishlab chiqarish va sotish jarayonida oxirgi o'rinni egallashini ko'rsatadi. Bu fikr esa, har doim ham haqiqatga to'g'ri kelavermaydi.

Buyuk Britaniya boshqarish instituti namoyandalari ta'rifi bo'yicha marketing — bu «ijodiy boshqaruv faoliyatining bir turi bo'lib, u ishlab chiqarish va savdoni kengaytirish hamda iste'molchilar talablarini aniqlash asosida ish bilan ko'proq ta'minlash va bu talablarni qondirish uchun ilmiy izlanishlar olib borishni anglatadi. Marketing ishlab chiqarish imkoniyatlarini tovar va xizmatlar sotish imkoniyatlari bilan bog'laydi, pirovard iste'molchiga maksimal miqdorda mahsulot sotish natijasida foyda olish uchun zarur bo'lgan ishning xarakteri, yo'nalishi va miqyosini asoslab beradi». Ushbu ta'rifga asosan, marketing — bu, aslini olganda, xaridorgir bo'lgan mahsulot (xizmat)ni ishlab chiqarishga qaratilgan xo'jalik faoliyatidir.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, ko'rib o'tilgan jami ta'riflar o'zaro bog'liq bo'lib, umuman aytganda, ular o'rtasida qarama-qarshiliklar yo'q. Haqiqatan ham, agar mahsulot va xizmat ishlab chiqaruvchi biron korxonaning faoliyati, birinchi navbatda, tegishli bozor holatining tahlili asosida amalga oshirilsa, tovar va xizmatlar sotishda esa raqobat sharoitida bozorda o'z mahsulotining ketishini ta'minlovchi turli usullardan foydalanilsa, korxonada o'z faoliyatida marketing konsepsiyasiga tayanib ish ko'ryapti deyish mumkin. Amaliyotda marketing deganda, yuqorida ko'rib o'tilgan faoliyat tushuniladi. Korxonalarning boshqarish strukturasi tegishli marketing bo'limlari (bo'lim, xizmat va h.k.) mavjud bo'lib, shu faoliyatni amalga oshiradilar.

8.2. Tadbirkorlik faoliyatida ishlatiladigan marketing strategiyalari

Marketingning mohiyati bo'yicha dunyo olimlarining nuqtayi nazarlarini chuqur o'rganib chiqib, uni korxonada yoki har qanday biznesning xo'jalik faoliyati, tashqi va ichki mafkurasi, strategiya, taktika hamda siyosatining yetakchi sohasi deb hisoblaymiz. Mavzuning birinchi rejasida ko'rib o'tilgan marketing ta'riflariga asoslanib, tadbirkorlik faoliyatida ishlatiladigan marketingning mohiyatini aniqlaymiz.

Biznes sohasidagi marketing tadbirkorlik faoliyatida quyidagilarni aniqlash jarayoni hisoblanadi:

- sizning mijozingiz kimlar hisoblanadi;
- ularning ehtiyoj va xohishlari;
- ularga mahsulot va xizmatningizni taqdim etish;
- iste'molchilar to'lashga tayyor bo'lgan baholarni belgilash;

- mahsulot va xizmatni yetkazib berish;
- sizning mahsulot va xizmatlaringizni taqdim etish uchun yangi mijozlarni jalb etish.

Marketing iste'molchilarining, almashtirish vositasida, tovar (mahsulot) va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojni qondirish, boshqarish va avvaldan ko'ra bilish. Marketing — bozorni o'rganish, nazorat qilish va boshqarish tizimi.

Sizning asosiy vazifangiz — bu amallarni bajarib, foyda olish. Marketingni ko'pchilik faqat bozorni o'rganish, reklama qilish yoki sotishning agressiv shakli deb biladi. Aslida bular marketing tizimining unsurlari bo'lib, uni yaratish marketing zamonaviy tuzilmaga ega bo'lguncha bir necha bosqich va turli shakllarni o'z ichiga oladi. Har qanday biznesning uzoq muddatli maqsadi foydani oshirish hisoblanadi. Kompaniyaning butun marketing faoliyati shu maqsadga erishish uchun yo'naltirilishi kerak. Shuni tasdiqlash kerakki, marketingning uzoq muddatli maqsadi firma maqsadi bilan bir xil bo'ladi.

Biroq kompaniya rivojlanishining ma'lum bir bosqichida bir yoki bir necha qisqa muddatli maqsadlar asosiy bo'lishi mumkin. Marketing xizmatini tashkil qilishning qat'iy standartlari yo'q, shuning uchun har bir kompaniya bu masalani yechishga mustaqil yondashadi va marketingni boshqarish tuzilmasiga asosiy talablar — uning samaradorligi, moslashuvchanligi va tejamkorligi ekanligini tushunadilar.

Sizning tovar va xizmatlaringiz muvaffaqiyat qozonishi uchun quyidagi qoidalarni bilib olishingiz kerak:

- har bir tovarga ehtiyoj tug'iladi, agar uning narxi qoniqarli bo'lib, bozorda ko'p bo'lsa;
- agar yaxshilab harakat qilinsa, har bir tovarni sotish mumkin;
- sifati yaxshi bo'lgan har qanday tovar bozorda sotilishi mumkin;
- bozor talab va ehtiyojlarini chuqur o'rganib, ishlab chiqilgan tovar bozorda yaxshi sotiladi.

Marketing-reja kompaniya rejasining muhim qismi bo'lib, marketingni rejalashtirish jarayoni, firma budjetini tuzish va rejalashtirish umumiy jarayonining bir qismi sifatida amalga oshirilishi kerak. Bu biznesni tuzishdan eng muhimi va murakkabi hisoblanadi. Hatto eng sifatli va uncha qimmat bo'lmagan tovar hamda xizmatlarga, agar ularni sotishni to'g'ri tashkil qila olmasangiz, talab bo'lmaydi.

Bozorni o'rganish

Marketing bo'yicha rejani tuzish uchun, o'z biznes-konsep-siyangiz bo'yicha, bozorni sinchkovlik va hafsala bilan o'rganish kerak. Bozorni o'rganish iste'molchilar ularning ehtiyojlari, raqobatchilar va h.k. haqida to'laqonli va keng axborotni olish uchun kerak. Yodingizdan chiqarmang, qanchalik ko'p axborotga ega bo'lsangiz, biznesingizga shunchalik yaxshi bo'ladi. Qo'shimcha axborotni to'plash uchun kuch va vaqtingizni ayamang, har bir narsa muhim ahamiyat kasb etadi.

Potensial mijozlaringiz bilan suhbatlashing. Ulardan qanday tovar va xizmatlarga ehtiyoj sezishadi, nima ishlab chiqarishingizni xohlashadi, sizning raqobatchilaringizga ular qanday munosabatda ekanligini so'rang. Raqobatchilaringizni o'rganing, tovar va xizmatlari, ularning sifati, dizayni, narxi (bahosi), tovaringiz haqida qanday fikrda ekanligi va h.k.lar haqida bilishingiz kerak.

Tadbirkorlik bilan shug'ullanadigan odamlar, ta'minotchilar bilan suhbatlashing. Ulardan so'rab ko'ring, qanday tovarlarga ularning biznesida ehtiyoj bor, ular tovarlaringiz haqida qanday fikrda, raqobatchilaringizning tovarlari haqida baholari qanday?

Doimo ish jarayonida bo'lishga intiling, biznesingiz haqidagi maqolalarni o'qing va doimo o'rganib boring. Biznesingizga tegishli turli jurnallarga obuna bo'ling, menejment va marketing bo'yicha kitoblar o'qing. Ular ko'plab foydali maslahatlar va axborotlar bilan yordam berishi mumkin. Muvaffaqiyatli biznesmen bo'lish uchun doimo tayyor turishingiz va, o'z navbatida, ko'p narsa bilishingiz kerak.

Bozorni o'rganishga misollar

1 - misol. Botir doimo hamma narsaga qiziquvchan. Endi uning bu xususiyati o'z biznesini ochishda yordam bermogda. U o'zining qo'shnilari, tanishlari va do'stlaridan, uning maishiy xizmat saloni xizmatidan foydalanishadimi, shuni aniqladi. Uning taxminicha, u yashayotgan shaharda raqobatchilar yo'q, biroq tajriba yo'li bilan u oddiy uy bekalari, shahar aholisiga o'z xizmatlarini taqdim etish orqali, unga raqobatchi ekanliklarini aniqladi. Bundan tashqari, uning raqobatchilari Qarshi shahrining o'zida bo'lmasa ham, unga yaqin joylashgan hududlarda bor. O'zining potensial mijozlari va raqobatchilari haqidagi to'plangan axborotdan foydalanib, u quyidagi hisobotni tayyorladi:

Mening mahsulotim yoki ko'rsatadigan xizmatim	Mening iste'molchilarim	Potensial iste'molchilarimning ehtiyojlari	Raqobatchilar
Maishiy xizmat, masalan, xonani tozalash, uy ishlarini bajarish	Korxonalar, ofislari, Qarshi aholisi	Ularga uy ishlarini bajarish uchun odamlar kerak. Ular bu ishlarni qila olmaydilar yoki qilishni xohlamaydilar, masalan, yirik korxonalarining ofislari doimiy ravishda tozalashga muhtoj va h.k. Ayrim odamlar uy ishlarini ishlayotganliklari sababli qila olmaydilar, shuning uchun ularga uy bekasining xizmatlari kerak bo'ladi. Bu xizmatlarni mening salohnim taqdim etadi.	Lola opa. Tozalash va ovqat qilish bo'yicha xizmat ko'rsatadi. Baholar o'rtacha. Ofislarda ishlaymaydi. Dilrabo opa. Faqat xonani tozalash bo'yicha xizmat ko'rsatadi. Narx yuqori. Shahar aholisining uyida ishlaymaydi. «Shodlik» firmasi barcha maishiy xizmat turlarini bajaradi. Baholar o'rtacha. Shahar markazida joylashmagan. Shuning evaziga (vaqt va yo'lning hisobiga) baholar ortib ketadi.
Santexnik, duradgorlik ishlari, elektr, kichik ta'mirlash ishlari, mebel ta'miri va h.k.	Uy bekalari, korxonalar ofislari, Qarshi aholisi	Uy bekalari santexnik muammolar, elektr ishlari, kichik ta'mirlash bilan shug'ullana olmaydilar.	G'ulom santexnik va elektr ta'mir ishlari bo'yicha xizmat ko'rsatadi. Baho o'rtacha. «Bolg'acha» firmasi maishiy xizmat turlarini ko'rsatadi. Baholar o'rtacha. Shahar markazida joylashmagan, shuning evaziga (vaqt va yo'lning hisobiga) baholar ortib ketadi.

2 - misol. Iste'molchilar uning biznesi haqida qanday fikrda ekanligini aniqlash uchun Akmal ko'p vaqtini sarfladi. U o'zining raqobatchilarini aniqladi. Bu axborotdan foydalanib, u quyidagi hisobotni tuzdi.

Mening mahsulotim yoki ko'rsatadigan xizmatim	Mening iste'molchilarim	Potensial iste'molchilarimning ehtiyojlari	Raqobatchilar
Avtoservis: Avtomobillarni ta'mirlash bo'yicha xizmat ko'rsatish	Qamashi avtohavaskorlari	Yuqori sifatli, yaxshi narxdagi, avtotransportni ta'mirlash bo'yicha xizmat ko'rsatish uchun avtohavaskorlarga avtoservis kerak	«LADA» avtoservisi. Baholar yuqori. Xizmat ko'rsatish sifati yaxshi. «Avtoyou» avtoservisi. Baholar yuqori. Xizmat ko'rsatish sifati past. «Ravon» avtoservisi. Baholar yuqori. Xizmat ko'rsatish sifati past.

Biznes amaliyoti. Quyidagi jadvalni to'ldirish bozorni o'rganishda yordam beradi. Birinchi ustunga siz sotmoqchi bo'lgan mahsulot yoki xizmat turlarini yozing. Agar ular ko'p bo'lsa, ularni bir necha guruhga bo'lish mumkin. Ikkinchi ustunga har bir tovar yoki xizmat turi uchun potensial mijozlaringiz tavsifini yozing. Uchinchi ustunga sizning potensial mijozlaringiz ehtiyojlarini, ular ehtiyoj sezayotgan tovar va xizmat turlarini yozing. Nimaga ehtiyoj paydo bo'lganini yoriting. Ular afzal biladigan narsalarni tavsiflang. Oxirgi ustunda qisqacha raqobatchilaringiz va ularning tovar hamda xizmat turlari haqida yozing.

Mening mahsulotim yoki ko'rsatadigan xizmatim	Mening iste'molchilarim	Potensial iste'molchilarimning ehtiyojlari	Raqobatchilar

8.3. Marketing bo'yicha reja tuzish

Endi bozorni o'rganib bo'lgandan keyin, olingan axborotni qog'ozga tushirgach, marketing rejasini tuzishga kirishish mumkin. Eng avvalo, siz o'z tovarlaringizni yoki xizmatlaringizni bozorda qanday taqdim etish va sotish haqida o'ylashingiz kerak.

Mahsulot. Mahsulot yoki xizmat turini tavsiflashdan boshlang. Siz sotmoqchi bo'layotgan mahsulot yoki xizmat turini tanlang, ular qanday sifatda, qanaqa rangda, qaysi o'lchamlarda bo'lishini

va h.k.ni tanlang. Bu yerga siz taqdim qilmoqchi bo‘layotgan mahsulot va xizmatlarning butun assortimenti kiradi. Bu tushuncha o‘ziga qadoqlash, ishlatish bo‘yicha tushuncha, sotilayotgan tovarlarga zaxira qismlarining mavjudligi, taqdim qilinayotgan xizmatlar va ta‘mirlash ishlari kabilarni ham qamrab oladi. Sizning mahsulot yoki xizmatningizning boshqalardan farqlovchi xususiyatlarini mahsulot tushunchasiga kiritishingiz kerak.

1 - misol. Botir o‘zining potensial mijozlariga taqdim qilmoqchi bo‘lgan barcha xizmat turlari — xonani yuvib-tozalash, gilamlarni tozalash, elektrik, santexnik ishlari, mayda ta‘mirlash ishlari, texnikani ta‘mirlash, mebel ta‘mirini tavsiflab berdi. Shuningdek, uning xizmatlari qanday sifatda bo‘lishini qisqacha ko‘rsatdi.

Xizmat	Tavsif	Sifat
Xona tozalash	Ish tajribasi 5 yildan kam bo‘lmagan besh kishilik brigada. Yangi zamonaviy jihozlar.	Brigada chaqiruvga binoan boradi. Tezkor va sifatli ishlaydi.
Gilamlarni tozalash	Ish tajribasi 5 yildan kam bo‘lmagan uch kishilik brigada. Yangi zamonaviy jihozlar.	Gilamni olib ketadilar va tozalangach qaytaradilar. Tezkor va sifatli.
Elektrik ishlar	Ish tajribasi 7 yildan kam bo‘lmagan besh kishilik brigada.	Ro‘y bergan halokatning murakkabligiga qarab, brigada yoki ustaning o‘zi boradi. Tezkor va sifatli.
Santexnik ishlar	Ish tajribasi 7 yildan kam bo‘lmagan besh kishilik brigada.	Ro‘y bergan halokatning murakkabligiga qarab, brigada yoki ustaning o‘zi boradi. Tezkor va sifatli.
Mayda ta‘mirlash ishlari	Ish tajribasi 5 yildan kam bo‘lmagan uch kishilik brigada.	Brigada chaqiruv joyiga boradi. Tezkor va sifatli.
Texnikani ta‘mirlash	Ish tajribasi 5 yildan kam bo‘lmagan besh kishilik brigada.	Brigada yoki usta chaqiruv joyiga boradi yoki mijoz o‘z texnikasini keltiradi. Tezkor va sifatli.
Mebel ta‘miri	Ish tajribasi 5 yildan kam bo‘lmagan to‘rt kishilik brigada.	Ro‘y bergan halokatning murakkabligiga qarab, brigada yoki ustaning o‘zi boradi. Tezkor va sifatli.

2 - misol. Marketing bo‘yicha rejani o‘ylab ko‘rib, Akmal quyidagi jadvalni to‘ldirdi va uning avtoservisi ko‘rsatadigan xizmatlarni qisqacha tavsiflab chiqdi.

Xizmat	Tavsif	Sifat
Moy almashtirish	Avtomobil moyini almashtirish usta tomonidan juda tez va sifatli amalga oshiriladi.	Avtochilangar, avtomexaniklar tezkor va sifatli ishlaydilar.
Vulkanizatsiya	Tajribali avtochilangarlar vulkanizatsiyani tez va sifatli qiladilar.	Avtochilangar, avtomexaniklar tezkor va sifatli ishlaydilar.
Yirik ta'mirlash ishlari	Tajribali mutaxassislar buzilishni, uning murakkabligini aniqlaydilar, avtomobilni qisqa muddatda ta'mirlaydilar.	Usta yoki brigada buzilish murakkabligiga qarab tezkor va sifatli ta'mirlaydilar. Avtoservisdan iste'molchining oldiga borish mumkin.
Mayda ta'mirlash ishlari	Buzilishning murakkabligiga qarab, ta'mirlash bir necha soniyadan bir necha soatgacha bo'ladi.	Usta yoki brigada buzilish murakkabligiga qarab, tezkor va sifatli ishlaydi.
Mashinalarni yuvish	Yangi zamonaviy jihozlar tez va sifatli.	Mashina yuvuvchilar tezkor va sifatli ishlaydilar.

Quyidagi jadvallardan birini to'ldirgach, o'zingizning texnik-iqtisodiy asosnomangizdagi «Mahsulot» bo'limini to'ldirishga kirishish mumkin.

Mahsulot, xizmat ko'rsatish yoki tovarlar assortimenti

Ko'rsatkichlar	1-tovar nomi	2-tovar nomi
Sifat		
Rang		
O'lchamlari		
Qadoqlash		
Zaxira qismlari		
Ta'mirlash		

Xizmat ko'rsatish	Tavsif	Sifat
№ 1		
№ 2		
№ 3		
№ 4		

Baho. Endi bahoning qirralarini ko‘rib chiqamiz. Baho — ushbu tovar yoki xizmat ko‘rsatish uchun to‘lanadigan, ishlab chiqarish chiqimlari bilan belgilanadigan pul miqdori. «Baho» bo‘limida tovarning nominal narxi, mumkin bo‘lgan narxning pasayishlari, tovar yoki xizmatning kreditga sotilishini ko‘rsatish kerak. Buning uchun xarajatlaringizni, xizmat yoki tovaringizga bo‘ljak mijozlar to‘lashga tayyor pul miqdorini, raqobatchilarning baholarini bilishingiz kerak.

Sizning texnik-iqtisodiy asosnomangizda, tovar yoki xizmat ko‘rsatish uchun qo‘ymoqchi bo‘layotgan bahoyingizni ko‘rsating. Bundan keyin mumkin bo‘lgan narxdagi pasayishlar, tovar yoki xizmatning kreditga sotilishini ko‘rsating.

1 - misol. Botir raqobatchilarning baholarini sinchkovlik bilan o‘rganib chiqdi va ularnikiga qaraganda pastroq baholar belgilashni afzal bildi. Arzonroq baholar ko‘proq iste’molchilarni jalb etadi. Bundan tashqari, Botir mahsulot ishlab chiqarmaganligi, xizmat ko‘rsatishini inobatga olsak, xomashyo va mahsulot tayyorlashga xarajatlar bo‘lmaydi. Biroq baholar past bo‘lmaydi, chunki Botirning firmasi, iste’molchilar to‘lashga tayyor bo‘lgan, sifatli servis taqdim etadi. Barcha xarajatlarni hisoblab, baholarni aniqlab, Botir o‘zining texnik-iqtisodiy asosnomasining «Baho» bo‘limini to‘ldirdi.

Ko‘rsatkichlar	Mahsulot yoki xizmat ko‘rsatish		
	1. Uy bekalarning xona tozalash va boshqa xizmatlari	2. Ta‘mirlash ishlarining har xil turlari	3. Santexnik, elektrik va shunga o‘xshash ishlar
Mening bahoyim	Men tovar ishlab chiqarishga va xomashyoga mablag‘ sarflamayman		
Iste’molchilar qancha to‘lashga tayyor	Korxonada ofislari, Qarshining oddiy aholisiga qaraganda, sifatli servis va sifatli ish uchun ko‘p to‘lashga tayyor.	Uy bekalari va Qarshi aholisi eng past bahoda xizmat ko‘rsatilishini xohlaydi.	Turli sinf iste’molchilarining keng doirasi baho belgilashda turli variantlarni nazarda tutadi.
Raqobatchilarning baholari	Qarshida to‘laqonli raqobatchilar yo‘q. Shunga o‘xshash xizmatlarni ko‘rsatuvchi xususiy shaxslar yuqori bahoni talab qilishadi. Qarshi atrofidagi raqobatchilar yo‘l uchun qo‘shimcha haq oladilar, bu esa ularning xizmat baholari yuqoriligiga sabab bo‘ladi.		

Bu bahoning tanlanishiga asos	Xizmat turlarining juda katta assortimenti eng talabchan iste'molchiga ham, uni qiziqtirgan narsani topish imkonini beradi. Sifatli servis esa mijozlarning doimiy bazasini to'plash va saqlash imkonini beradi. Shuning uchun baholar o'rtacha bo'ladi. Men uchun baho raqobatning eng asosiy usuli emas.	
Narx tushirilishi shartlari	Narxlardan tushirib berish doimiy mijozlarga taqdim etiladi. Masalan, har chorakda.	Narxlardan tushirib berish ko'p marta, katta hajmli ish uchun doimiy mijozlarga taqdim etiladi.
Narx tushirish uchun asoslar	Narxning tushirib berilishi mijozlar doimiy bazasini to'plash, saqlash imkonini yaratadi va yanada yirikroq mijozlarni jalb etishga yordam beradi.	
Kredit shartlari	Kreditga berish kamdan kam hollarda va faqat doimiy mijozlarga taqdim etiladi.	
Kredit berish uchun asoslar	1. Shartnoma bo'yicha. 2. Kreditga berish yirikroq mijozlarni jalb etishga yordam beradi.	

2 - misol. Akmal o'z raqobatchilarining baholari va xizmat ko'rsatish sifatini tekshirib chiqdi. U raqobatchilarga nisbatan sifatli xizmat ko'rsatishni maqsad qilib qo'yganligi uchun, baholarini tushirmaslikka qaror qildi. U shu bilan bo'lajak iste'molchilarni jalb qilmoqchi bo'ldi. Akmal o'zining texnik-iqtisodiy asosnomasining «baho» bo'limini to'ldirdi.

Ko'rsatkichlar	Mahsulot yoki xizmat ko'rsatish		
	1. Avtomobillarni ta'mirlash	2. Mayda xizmatlar	3. Avtomobillarni yuvish
Mening bahoyim	Men tovar ishlab chiqarishga va xomashyoga mablag' sarflamayman		
Iste'molchilar qancha to'lashga tayyor	Iste'molchilar ularning avtomobillarini sifatli ta'mirlashlari uchun katta pul to'lashga tayyor.	Bunday xizmatlar past bahoda tarifikatsiya qilinadi, chunki ularni ixtiyoriy avtoservisda ko'rsatish mumkin.	Iste'molchilar mashina yuvilishi uchun o'rtacha bahoni to'lashga tayyor.
Raqobatchilarning baholari	«LADA» avtoservisi. Baho yuqori. «Avtouy» avtoservisi. Baho o'rtacha. «Ravon» avtoservisi. Baho yuqori.		

Bu bahoning tanlanishiga asos	Xizmat turlarining juda katta assortimenti eng talabchan iste'molchiga ham, uni qiziqtirgan narsani topish imkonini beradi. Sifatli servis esa mijozlarning doimiy bazasini to'plash va saqlash imkonini beradi. Shuning uchun baholar o'rtacha bo'ladi. Men uchun baho raqobatning eng asosiy usuli emas.	
Narx tushirilishi shartlari	Narxlardan tushirib berish doimiy mijozlarga taqdim etiladi. Masalan, har chorakda.	Narxlardan tushirib berish ko'p marta, katta hajmli ish uchun doimiy mijozlarga taqdim etiladi.
Narx tushirish uchun asoslar	Narx tushirib berilishi mijozlar doimiy bazasini to'plash, saqlash imkonini yaratadi va yanada yirikroq mijozlarni jalb etishga yordam beradi.	
Kredit shartlari	Kreditga berish kamdan kam hollarda va faqat doimiy mijozlarga taqdim etiladi.	
Kredit berish uchun asoslar	1. Shartnoma bo'yicha. 2. Kreditga berish yirikroq mijozlarni jalb etishga yordam beradi.	

Biznes amaliyoti. Baho, baho siyosatini aniqlash uchun quyidagi jadvalni va texnik-iqtisodiy asosnomangizdagi «Baho» bo'limini to'ldiring.

Ko'rsatkichlar	Mahsulot yoki xizmat ko'rsatish		
	1	2	3
Mening bahoyim			
Iste'molchilar qancha to'lashga tayyor			
Raqobatchilarning baholari			
Bu bahoning tanlanishiga asos			
Narx tushirilishi shartlari			
Narx tushirish uchun asoslar			
Kredit shartlari			
Kredit berish uchun asoslar			

Biznesingizning joylashishi

Tovar va xizmatlarga baho belgilab bo'lgandan keyin hamda texnik-iqtisodiy asosnomaning navbatdagi bo'limini to'ldirib

bo'lgach, keyingi, muhimligi kam bo'lmagan — joylashish bo'limiga o'tamiz.

Sizning korxonangizning joylashishi biznesning rivojlanishi, bu ayniqsa, savdo yoki xizmat ko'rsatish sohasi uchun katta ahamiyat kasb etadi. Bu holda biznes mijozlar uchun qulay bo'lgan joyda joylashishi kerak.

1 - misol. Botir shahar markazidan uncha uzoq bo'lmagan joydan katta va shinam ofis topdi. Uni biznesining joylashishi uncha muhim emas, chunki xizmatlar mijozlarga chaqiruvga borish orqali joylarda ko'rsatiladi. Biroq ayrim mijozlar o'zlari ofisga keladilar. U o'zining texnik-iqtisodiy asosnomasini «Joylashish» bo'limini quyidagicha rasmiylashtirdi.

Joylashish

1. Siz o'z biznesingizni qayerda joylashtirishni rejalashtiryapsiz? Qarshi shahri markazidan uncha uzoq bo'lmagan xonani ijaraga olishni mo'ljallayapman. U mebel do'koni va turistik firma yonida joylashgan.
Ular bo'lajak mijoz bo'lishlari mumkin.
2. Biznesingiz joylashishining tanlovini tushuntirib bering. Shahar markazida juda ko'p bo'lajak mijozlar bor.

2 - misol. Akmal o'zining avtoservisi uchun shahar markaziga yaqin yerdan xonani ijaraga olmoqchi. Bundan maqsad avtohavaskorlar avtoservisga tushlik paytida yoki ishdan keyin kirishlari mumkin bo'lsin. U texnik-iqtisodiy asosnomasining «Joylashish» bo'limini quyidagicha to'ldirdi.

Joylashish

1. Siz o'z biznesingizni qayerda joylashtirishni rejalashtiryapsiz? Men Qarshi shahri markazidan uncha uzoq bo'lmagan joyda bino qurishni mo'ljallayapman. U keng shahar trassasi yonida joylashadi, bu esa iste'molchilar uchun juda qulay bo'ladi.
2. Biznesingiz joylashish tanlovini tushuntirib bering. Shahar markazida juda ko'p bo'lajak mijozlar bor.

Biznes amaliyoti. Agar biznesingiz joylashish yerini aniqlab ulgurmagan bo'lsangiz, hozir ayni vaqti. Bu barcha turdagi tadbirkorlik faoliyati uchun kerak. Bu masala bo'yicha axborotni texnik-iqtisodiy asosnomaga kiritishdan avval, hajman unchalik katta bo'lmagan quyidagi savolga javob bering:

1. Mening biznesimning joylashishi ish operatsiyalari va iste'molchilar uchun qanchalik muhim?

2. Yuqorida jadvalda keltirilgan javoblarga asoslangan holda texnik-iqtisodiy asosnomadagi «Joylashish» bo'limini to'ldiring.

Ha	Yo'q
Mening biznesimning joylashishi katta ahamiyat kasb etadi, chunki ...	Mening biznesimning joylashishi katta ahamiyat kasb etmaydi, chunki ...

Ilgari surish (ommaviy taqdimot)

Biznesni tashkil etishdagi muhim holatlardan biri ilgari surish (ommaviy taqdimot) hisoblanadi.

Ilgari surish (ommaviy taqdimot) — bu tovar ishlab chiqaruvchilar, sotuvchilar, vositachilar tomonidan, talab, sotishni orttirish, tovar yoki xizmat ko'rsatishning bozor maydonini kengaytirish maqsadida ko'rilgan chora-tadbir va harakatlar yig'indisi.

Talab va sotishni reklama yordamida rag'batlantirish mumkin. Reklama — savdo motori, u bo'lajak iste'molchilarga axborot beradi, ularni tovar yoki xizmatlaringizni sotib olishga qiziqtiradi. Ilgari surish (ommaviy taqdimot) — tovar yoki xizmatlaringizni ko'proq va tez sotib olishlari uchun qilayotgan barcha ishlarigiz.

Tovar va xizmatlaringizni ilgari surish (ommaviy taqdimot) usulini tanlashda, eng avvalo, o'z xarajatlaringizga tayanishingiz kerak. Shuningdek, qanday tovar yoki xizmatlarni ilgari surish (ommaviy taqdimot)ni mo'ljallaganingizga ko'p narsa bog'liq.

1 - m i s o l. Botir o'zining maishiy xizmat ko'rsatish salonini keng reklama qilmoqchi bo'ldi. Uning uchun, iloji boricha, ko'proq bo'lg'uvsi mijozlar shunday ajoyib salonning Qarshida ochilganini bilishi muhim. Botir o'zining texnik-iqtisodiy asosnomasida «Ilgari surish (ommaviy taqdimot)» bo'limini shunday to'ldirdi:

Reklama turi	Ilgari surish (ommaviy taqdimot)	Xarajatlar
Shahar bo'ylab reklama	Unda maishiy xizmat ko'rsatish salonining nomi, reklama matni va manzili yoziladi. Bu bo'lg'uvsi iste'molchilarga bizning salon bilan qanday bog'lanish mumkinligi haqidagi ma'lumotni beradi.	150000 so'm
Mahalliy ommaviy matbuot vositalaridagi reklama	Salon ochilganidan keyin birdaniga 5 ta e'lon turli gazetalar va 2 ta e'lon televideniye ga beriladi.	125000 so'm

Reklama varaqalari	Reklama varaqalarini tayyorlashga buyurtma beraman, unda salon faoliyati tavsiflanadi, ularni bo'lg'uvsi mijozlarga tarqataman va jo'nataman.	30000 so'm
Sotishni rag'batlantirish usuli	Undan qanday foydalanishni tavsiflang.	Xarajatlar
Demonstratsiya (namoyish qilish)	Bizning salon xizmatini namoyish qilish bo'yicha aksiya o'tkazaman.	

2 - misol. Avtoservis shahar markazida bo'lganligi uchun u keng ko'lamdagi reklamaga muhtoj emas. Biroq, baribir reklama kerak. Akmal o'zining texnik-iqtisodiy asosnomasining «Ilgari surish (ommaviy taqdimot)» bo'limini shunday to'ldirdi:

Reklama turi	Ilgari surish (ommaviy taqdimot)	Xarajatlar
Shahar bo'ylab reklama	Unda «Avtoservis Akmalbek» deb yoziladi. So'ng reklama matni va manzil yoziladi. Bu bo'lg'uvsi iste'molchilarga salon bilan qanday bog'lanish mumkinligi haqidagi ma'lumotni beradi.	150000 so'm
Mahalliy ommaviy matbuot vositalaridagi reklama	Salon ochilganidan keyin birdaniga 5 ta e'lon turli gazetalar va 2 ta e'lon televideniye ga beriladi.	125000 so'm
Reklama varaqalari	Men katta reklama banneriga buyurtma beraman. U avtoservis oldiga o'rnatiladi va bo'lg'uvsi iste'molchilarning e'tiborini tortadi.	30000 so'm
Sotishni rag'batlantirish usuli	Undan qanday foydalanishni tavsiflang.	Xarajatlar
Demonstratsiya (namoyish qilish)	Bizning salon xizmatini namoyish qilish bo'yicha aksiya o'tkazaman.	

Biznes amaliyoti. Texnik-iqtisodiy asosnomaning «Ilgari surish (ommaviy taqdimot)» bo'limida qo'llamoqchi bo'layotgan tovar va xizmatlarni ilgari surish (ommaviy taqdimot)ning barcha usullari va reklamasini tavsiflang hamda u qanchaga tushishini hisoblang.

Biznesda muvaffaqiyat qozonish uchun nimalarni bilish kerak

Marketing — iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish va foyda olish uchun quyidagilar orqali qilinadigan barcha narsalar hisoblanadi:

- ular ehtiyoj sezayotgan, mahsulot va xizmatlarni taqdim etish;

- ular to‘lashga tayyor bo‘lgan narxlarni belgilash;
- iste‘molchilarga, sizning mahsulot yoki xizmatlaringiz bahosini oshiruvchi, tovarlarni yetkazib berish va xizmatlarni ko‘rsatish;
- tovar va xizmatlarni sotib olishga iste‘molchilarni jalb etish va reklama qilish.

Masalan, tadbirkor non va non mahsulotlarni ishlab chiqarayotgan bo‘lsa, o‘z mijozlarining ehtiyojlarini o‘rganishi, ularga qanday non kerak va qanday xizmatlarga ularda ehtiyoj borligini muhokama qilishi kerak.

Marketingni to‘g‘ri tashkil qilish uchun, u marketing izlanishlari o‘tkazilishi jarayonida olish mumkin bo‘lgan ma‘lumotlarni yig‘ishi kerak. Marketing izlanishlarini olib borishda iste‘molchilar va raqobatchilar haqida ko‘proq o‘rganishga harakat qiling. Quyidagilar haqida ma‘lumot oling:

- Sizning tovar yoki xizmatlaringizni qancha va qaysi turdagi iste‘molchi sotib olmoqchi?

- Qanday mahsulotlarga ular ehtiyoj sezadilar?
- Ular qanday bahoni to‘lashga tayyor?
- Ular qayerda joylashishgan va qayerdan xarid qilishadi?
- Qanday miqdordagi tovar yoki xizmatlarni sotib olishadi va tez-tezmi?

- Sizning raqobatchilaringiz kimlar va xuddi shunday tovar yoki xizmatlarga nisbatan ularning takliflari qanday?

Izlanishlar o‘tkazib, o‘z iste‘molchi hamda raqobatchilaringiz haqida ko‘p narsa bilib olganingizdan keyin, to‘plangan ma‘lumotlarni, o‘z iste‘molchilaringiz ehtiyojlarini qondirish uchun qo‘llashingiz zarur.

Buning uchun quyidagilarni aniqlashingiz lozim:

- Qanday tovar yoki mahsulotlar iste‘molchilaringizga kerak?
- Iste‘molchilar qanday bahoni to‘lashga tayyor?
- Iste‘molchilarning borishi qulay bo‘lishi uchun korxonada qayerda joylashishi va tovarlar qayerda sotilishi kerak?

- Iste‘molchilarni xabardor qilish va ularni sizning tovarlaringizni sotib olish, xizmatlaringizdan foydalanishga qiziqish uyg‘otish uchun tovarlarni bozorda ilgari surish (ommaviy taqdimot) va reklama qilishning qanday usullaridan foydalanasiz?

Marketingning yuqorida qayd etilgan asosini tashkil etuvchilari (lotincha «4-P»)ni to‘g‘ri qo‘llash orqali bozorda muvaffaqiyat

qozonasiz. Ularning to'rtalasi ham lotincha «P» bilan boshlanadi va shuning uchun «4-P» deb ataladi:

1. Product — mahsulot;
2. Price — sotilish bahosi;
3. Place — joylashishi;
4. Promotion — ilgari surish (ommaviy taqdimot).

Mahsulot (Product) — marketing kompleksining birinchi tashkil etuvchisi hisoblanadi. Mahsulot deganda iste'molchilarning turli talab va ehtiyojlarini qondirish uchun taklif qilinadigan tovar va xizmatlar nazarda tutiladi.

Ehtiyotkor biznesmen, avvalo, iste'molchilarning talablarini aniqlashga urinadi, so'ngra, olingan ma'lumotlar asosida, kerakli tovar yoki xizmatlarni taklif etib, ularning ehtiyojini ta'minlaydi.

Iste'molchilarga kerakli bo'lgan narsani taklif eting. Boshqa korxonalar sotayotgan, tovarlarni sotish bilangina shug'ullanmang. Doimiy ravishda tovar yoki xizmatlaringiz sifatini yaxshilash ustida ishlang. Agar tovarlaringizning sotilishi yaxshi bo'lmasa, quyidagi savollarni o'ylab ko'ring:

- Sizning tovarlaringiz iste'molchilarning talab va ehtiyojlarini qondira olyaptimi?
- Tovarlaringizni kerakli iste'molchiga taklif qilyapsizmi?
- Tovarlaringizning sifati uning bahosiga to'g'ri keladimi?
- Tovarlaringizni sotib olishdan iste'molchiga qanday afzallik bor?

I z o h . Bu savollarga javoblarni o'zingizdan emas, iste'molchilaringizdan izlang.

Tovarlaringiz ko'zga tashlanishini oshirish uchun ayrim maslahatlar

1. *Do'kon rastalarini tovarlar bilan to'ldirish.* Tovarlarni omborxonalarda ushlab turmang, ularni iste'molchilar ko'rishi va sotib olishi mumkin bo'lgan joylarga qo'ying. Savdo rastangizda bo'shab qolgan joylar bo'lishiga yo'l qo'ymang. Ularga zudlik bilan tovarlarni qo'ying. Bo'sh joylar yoqimsiz tasavvur uyg'otadi. Tovarlarni sal oldinga surib qo'ying. Bu do'koningizni tovarga to'la qilib ko'rsatadi.

2. *Etiketkali tovarlarni old tomonga qo'ying.* Odatda, etiketka go'zal va jozibador ko'rinadi. Bu xaridorlarga, o'zlariga yoqib qolgan tovarlarni birdaniga eslab qolish imkonini beradi hamda yangi tovarlar paydo bo'lganini ko'rsata oladi.

3. *Imkon boricha narxlarni ko'rsating.* Xaridorlar sotuvchidan baholarni so'rashdan ko'ra, ko'proq o'zlari ko'rishini xohlaydilar. Tovarlarini narx ko'rsatilgan qog'oz yoki yorliqlar ustiga qo'yishingiz mumkin. Narx ko'rsatilgan qog'oz yoki yorliqlarni do'kon tokchalarining chetlariga ham qo'ysa bo'ladi. Narx yozilgan raqamlar xaridor ko'ziga tashlanadigan o'lchamda bo'lishi kerak.

4. *Tovarlarini shunday joylashtiringki, ular ko'zga tashlanib tursin, tokchalar o'rtasida ko'p joy qoldiring.* Agar xaridor tovarlaringizni yaxshi ko'rib tursa, uni sotib olish ehtimoli yuqori bo'ladi. Mayda buyumlar (konfetlar va h.k.)ni oynavand tokchalarga joylashtiring, tugmachalarni shaffof idishlarga solib qo'ying.

5. *Tovarlarini ko'zingiz balandligida joylashtiring.* Xaridor uning ko'zi balandligida joylashgan tovarlarini tez ilg'aydi va sotib oladi. Quyi va yuqori sathlarda joylashgan tovarlarini ko'rish qiyin. Bu sathlarda iste'molchilarga yaxshi tanish bo'lgan tovarlarini joylashtirish maqsadga muvofiq.

Baho (Price) — marketing kompleksining ikkinchi tashkil etuvchisi hisoblanadi. Marketing bahoni hosil qilish quyidagilarni ko'zda tutadi:

- bo'lg'uvsi iste'molchi to'lashga tayyor bo'lgan bahoni belgilash;
- ishning shunday holatini ta'minlangi, bunda narx xaridor uchun qiziqarli, o'ziga jalb etadigan va shu bilan bir qatorda yetarli darajada katta foyda keltirsin.

Tovarga baho belgilashdan avval siz ma'lum bir axborotga ega bo'lishingiz kerak. Jumladan:

- o'z xarajatlaringizni;
- tovar yoki xizmatlaringizga to'lanmoqchi bo'layotgan bahoni;
- raqobatchilar tomonidan xuddi shunday tovarlarga belgilangan baholarni.

Belgilagan baholaringizni qiziqarli va o'ziga jalb etadigan qilishga harakat qiling. Buning uchun narx tushirish tizimi, maxsus takliflar va h.k.lardan foydalaning.

Joylashish (Place) — marketing kompleksining uchinchi unsuri. Joylashish deganda, sizning korxonangiz joylashgan yoki tovarlaringiz sotiladigan, ular taqsimlanadigan, ya'ni tovar yoki xizmatlarni iste'molchilarga yetkazish joyi tushuniladi. Chakana savdo bilan shug'ullanuvchilar yoki xizmat ko'rsatish xodimlari iste'molchilarga qulay bo'lgan yerda bo'lishlari kerak.

Ishlab chiqaruvchilar, o'zlari ishlab chiqarayotgan tovarlarini, qiyinchiliklarsiz sotib olishlari mumkin bo'lgan joylarda, eng samarali taqsimlash yo'l va kanallarini topishlari kerak. To'g'ridan to'g'ri

taqsimlash — bevosita iste'molchilarning o'ziga sotish, o'ta qimmat va maxsus tovarlarni ishlab chiqarganingizda hamda sizda boryo'g'i bir necha, ishlab chiqarayotgan tovarlaringiz va servis xizmatiga muhtoj, iste'molchilar bo'lgan hollarda qo'llash maqsadga muvofiq.

Chakana va ulgurji savdo kanallari bo'ylab taqsimlashni standart keng ehtiyoj tovarlarining katta partiyalarini ishlab chiqarishda hamda katta hudud bo'ylab sochilgan xaridorlar bo'lgan hollarda qo'llash maqsadga muvofiq.

Ilgari surish (ommaviy taqdimot) (Promotion) — marketing kompleksining to'rtinchi unsuri. Ilgari surish (ommaviy taqdimot) — mahsulot yoki xizmatlarni realizatsiya qilish uchun iste'molchilarni xabardor qilish va ularni jalb etishni bildiradi.

Iste'molchilarning o'zi kelishini kutib o'tirmaslik kerak. Tovarni ilgari surish (ommaviy taqdimot) bilan shug'ullaning, sotishning katta hajmini ta'minlang va o'z faoliyatingizni quyidagi yo'llar bilan kengaytirib:

- iste'molchilar tomonidan qiziqishni rag'batlantirish uchun reklamadan foydalanish;

- xaridorlarni sizning tovarlaringizni sotib olishga undash uchun sotishni rag'batlantirish;

- korxonangiz va siz ishlab chiqarayotgan tovarlar haqida bepul xabardor qilish uchun pablisiti tashkil qilish;

- sotuvchi sifatidagi ko'nikmalaringizni takomillashtirish.

Reklama haqida bir necha og'iz so'z. Reklama — odamlarga batafsil, siz ishlab chiqarayotgan tovar yoki ko'rsatayotgan xizmatlar haqida, iste'molchilarni sotib olishga qiziqitirish maqsadida axborot berish.

Korxonangizning yaxshi reklamasini tashkil qilishning bir necha shakllari mavjud:

Peshtoq yozuvi. Shunday peshtoq yozuvini qo'llangki, odamlar sizning korxonangiz nomini, joylashishini, taklif qilayotgan tovarlarni bilishlari va eslab qolishlari kerak.

Yorqin bo'yoqlar, chiroyli harflarni qo'llang. Ikkinchi darajali ma'lumotlarni kiritmang, chunki ko'p axborot yodda qolmaydi.

Plakat, afisha va varaqalar. Plakat, afisha va varaqalarni iste'molchilarga maxsus takliflar, tushirilgan narxlar, yangi tovarlar va boshqalar haqida ma'lumot berish uchun qo'llang.

Tashrif qog'ozlari, preyskurantlar, maxsus xatlar. Tashrif qog'ozlarini siz, kompaniyangiz, korxonona joylashishi, taklif qilinaotgan mahsulotlar haqida axborotlarni taqdim etish uchun qo'llang. Tovar, xizmatlaringizga qiziqqan shaxslarga takliflar

bilan maxsus xatlar yozing. Mijozlaringizdan preyskurant, tashrif qog'ozlarini, sizning mahsulotlaringizga qiziqqan boshqa shaxslarga berishlarini iltimos qilishingiz mumkin.

O'zbekistonda amaldagi xarajat va sarflar haqidagi nizomga binoan, reklama uchun xarajatlar korxonaning foydasidan amalga oshiriladi. Televideniye, matbuot, ommaviy vositalardagi reklama narxining yuqoriligi, kichik korxonalarga o'z faoliyatlarida bunday reklamadan foydalanish imkonini bermaydi. Reklama qanchaga tushishi mumkin, shuni doimo yodda tuting va hisobga oling. Reklamani tashkillashtirish jarayonida iste'molchilar tovarlaringiz haqida nimalarni bilishni xohlashi haqida fikr yuriting. Odatda, iste'molchilar quyidagilarni bilishni istaydilar:

- qanday tovar yoki xizmatni realizatsiya qilyapsiz?
- sizning baho va shartlaringiz;
- sizning mahsulotingizni qayerdan sotib olish mumkin?
- nima uchun ular sizning mahsulotingizni sotib olishlari kerak, korxon va ishlab chiqarayotgan tovar yoki xizmatlaringiz raqobatchilarnikidan qanday farq qiladi?

Ko'rinib turibdiki, reklama iste'molchilarni tovarlaringiz haqida xabardor qiladi, ammo ularni sotib olishga unday olmaydi. Sotishni rag'batlantirish — xaridor siz ishlab chiqarayotgan mahsulot yoki xizmatni yanada faolroq sotib olishga yo'naltirilgan harakatlaringizdir. Siz sotishni rag'batlantirishning ko'p yo'llarini amalga oshirishingiz mumkin.

Sizga kerak bo'lib qolishi mumkin bo'lgan maslahatlar

Xaridorlarga yangi tovarni baholash imkonini bering	Xaridorlarga yangi tovarlarni sinab ko'rish imkonini bering. Balki, bu tovarlar ularga yoqib qolar va ular bu tovarni sotib olishni xohlashar.
Maxsus takliflar qiling	Oddiy tovarlarni, mavsumiy va yangi tovarlar sotilishini orttirish uchun maxsus takliflar qiling. Qisman nuqsongacha ega yoki eskirib qolgan, sekin sotilayotgan tovarlarga maxsus takliflar qilishingiz mumkin.
Namoyishlar uyushtiring	Texnik nuqtayi nazardan murakkab tovarlarning ishlash prinsipini sotib oluvchilarga namoyish qiling. U holda xaridor, ular qanday ishlayotganligini ko'radi va ularga qiziqib qolishi mumkin.
Tovarlarni kompleks holda soting	Ko'proq tovar sotish uchun bir-biriga yaqin va mos tovarlarni yonma-yon joylashtiring. Masalan, daftar va ruchkalar, sovun va tish pastasi, fonarchalarni batareykalar bilan birga. Xaridorlarga bu tovarlarni ham sotib olish kerakligini eslatib.

Biroq yodingizdan chiqarmang, me'yordagi narsa yaxshi bo'ladi. Sotishni rag'batlantiruvchi ko'plab turli usullarni bir vaqtda qo'llamang. Xaridorda tovarini sotib olishga majbur qilyapti, degan fikr paydo bo'lishi mumkin.

Korxonangizda hamma narsa quyidagidek bo'lishiga harakat qiling:

- yaxshi uyushgan;
- toza va tartibli;
- jalb etuvchi, jozibali, masalan, tovarlar chiroyli va to'g'ri qo'yilgan vitrina.

Yoddan chiqarmang: tovarlarning tartibli, chiroyli qo'yilishi xaridorni o'ziga jalb etadi, ularning yaxshi ko'rinishiga sabab bo'ladi. Bu tanlash va sotib olishning amalga oshishiga yordam beradi. Bir xil tovarlarni bir-biridan uzoq joylashtirmang. Bu xaridorlarga ularni izlab topishni yengillashtiradi. Masalan, issiq ichimliklarni yonma-yon joylashtirish mumkin: choy, qahva, kakao va h.k.

«Og'izma-og'iz» usuli — odamlar sizning biznesingiz haqida qanday fikr yuritishmoqda? Sizning mahsulot, xizmatlaringizni bepul ilgari surish (ommaviy taqdimot)ning sinalgan usuli mavjud. Bu korxonaga haqida yangi xaridorlarga ma'lumot uzatishning eng ko'p tarqalgan usuli. Bu usul «og'izma-og'iz» deb ataladi. Siz haqingizda, korxonangiz, realizatsiya qilinayotgan tovarlaringiz haqida odamlar bir-biriga aytib beradigan usul. Og'zaki ma'lumot bir odamdan boshqasiga tez uzatiladi. Korxonangiz haqidagi fikrlarning ijobiy ekanligi va u sizning obro'yingiz ortishiga yordam berishiga ishonch hosil qiling.

Og'zaki ma'lumot biznesingizda salbiy rol ham o'ynashi mumkin. Yoddan chiqarmang, salbiy ma'lumot ijobiyga qaraganda tez tarqaladi. Obro'ni tiklash uchun sizga ko'p vaqt kerak bo'ladi. Shuning uchun mijozlarning fikrini qadrlang, iste'molchilarning siz, xodimlaringiz, tovar va xizmatlaringiz haqida yaxshi fikr bildirishlariga erishing.

Xodimlaringizning sotish ko'nikmalarini takomillashtiring. Reklama qilish va sotishni rag'batlantirish orqali xaridorlar e'tiborini tortdingiz, deb o'ylaylik. Tovar va xizmatlaringiz hali realizatsiya qilinmagan. Tovarni qay yo'sinda «taklif qila olasiz», bu sizga va xodimlaringizga bog'liq bo'ladi. Sotuvchining kasbiy ko'nikma va sifatlari muvaffaqiyat yoki omadsizlik keltirishi mumkin.

Ularga amal qilib, sotish hajmini orttirish mumkin bo'lgan bir necha maslahatlarni keltiramiz:

- o‘z iste‘molchilaringiz va ularning ehtiyojlarini o‘rganing;
- iste‘molchilarga xizmat ko‘rsata biling;
- tovarlaringizni yaxshi biling va ularni to‘g‘ri realizatsiya qilishni biling.

Iste‘molchilar va ularning ehtiyojlarini bilish. Iste‘molchilar, odatda, bir biridan farq qilishadi. Misol uchun:

- ayrim iste‘molchilar nimani xohlashini hech qachon bilishmaydi;

- ba‘zilari boshqalarga o‘xshashni istashadi;
- ba‘zilari original bo‘lishni yoqtirishadi;
- ba‘zilarda hech qachon vaqt bo‘lmaydi;
- ayrimlarda doimo pul yetishmaydi.

Iste‘molchini tushunish — u o‘ylayotganday o‘ylash qobiliyati.

Iste‘molchilarga xizmat ko‘rsata bilish. Biz doimo o‘zimizni mijozlar o‘rniga qo‘yib ko‘rishimiz kerak. Sizga qanday xizmat ko‘rsatishlarini xohlagan darajada mijozlaringizga xizmat ko‘rsatishga intiling. Quyidagi oddiy qoidalarga rioya qilsangiz, hamma narsa amalga oshadi:

- xaridorlar bilan salomlashing. Ularning ismini aytib chaqiring;

- agar siz bir xaridorga xizmat ko‘rsatayotgan bo‘lsangiz, shu paytda ikkinchisi kelib qolsa, u bilan ham salomlashing va unga bir necha daqiqadan keyin yordam berishingizni ayting;

- xaridorga samimiy muomalada bo‘ling, ular o‘zlarini kutilgan mehmon kabi his etishlariga imkon bering, ular sizning muas-sasangizda ko‘p marta bo‘lishdan xursand ekanliklarini bilishsin;

- sabrli bo‘ling, xaridorning savol berib o‘z tanlovini amalga oshirishiga imkon bering;

- har doim halol bo‘ling va ishonch qozonishga harakat qiling. Masalan, tovar yoki xizmatdagi yaxshi sifatlar va kamchiliklar haqida ma‘lumot bering;

- xaridorlarga, korxonangizga kelgani uchun minnatdorlik bildiring;

- raqobatchilaringizni tanqid qilmang.

O‘zingizga qanday xizmat ko‘rsatishlarini xohlasangiz, xaridorga ham xuddi shunday e‘tiborli xizmat ko‘rsating. Chunki xaridor siz uchun eng muhim odam hisoblanadi.

Tovarlaringizni bilish va ularni sota olish. Iste‘molchilar tovar yoki xizmatlar haqida ko‘plab savollar berishi mumkin. Ularga

javob bera olishingizga ishonch hosil qiling. Sotilayotgan tovarni yaxshi bilgan taqdiringizda ham uni ko'p sota olmasligingiz mumkin. Bunga sabab shuki, o'z mahsulotingizni qanday namoyish qilishni, xaridorga afzallik va kamchiliklarini yetkaza bilmaysiz. Har bir tadbirkor amal qilishi kerak bo'lgan asosiy qoida «Tovaringni sotib olib, mijoz ega bo'ladigan foydani ko'ra bilishi hamda o'z tovar yoki xizmatining iste'mol sifati va xossalari bilan yaxshi tanish bo'lishi kerak».

Reklamaning rivojlanish tarixi. Qadim zamonlarda odamlar boshqalarni o'z xizmat yoki tovarlari haqida xabardor qilish usullarini izlashgan. O'rtayer dengizi mamlakatlarida arxeologlar hunarmandning takliflarini ma'lum qiluvchi peshtoq yozuvini topishgan. Rimlik gladiatorlar jang o'tkazilishi haqida devorlarga yozishgan. Finikiyaliklar o'z tovarlarining afzalliklarini qoya toshlarga bitishgan. Bularning barchasi zamonaviy tashqi reklamaning dastlabki ko'rinishlari edi.

Keyingi reklama «portlashi» Amerika Qo'shma Shtatlarida ro'y berdi. Amerika reklamasi otasi Benjamin Franklin hisoblanadi. Uning gazetasi 1729-yili eng katta adadga va kolonial Amerikaning barcha gazetalar ichida eng ko'p miqdordagi reklamaga ega bo'ldi. U vaqtda Amerika sanoati ishlab chiqarishga mexanizmlarni tatbiq etish bo'yicha yetakchilik qilgan. Shu sababli, ortiqcha tovarlar hosil bo'ldi va xaridorni xaridning zarurligiga ko'ndirish zaruriyati yuzaga keldi. 1813-yili boshlang'ich ta'lim majburiyligining kiritilishi savodxonlik darajasini oshirdi, bu gazeta va jurnallar ommaviylikining o'sishiga olib keldi. Keyinchalik radio va televideniye kashf etildi. Ular reklama tarqatishning ommabop vositasiga aylandi.

Bugun reklama hayotimizning barcha sohalariga kirib kelganini ko'rib turibmiz. Bizga har qadamda yangi tovarlarni ko'z-ko'z qilishyapti, zamonaviy xizmat turlari haqida so'zlab berishib, ularsiz yashash mumkin emasligini singdirishga uqtirishmoqda. Reklama rivojlanishining navbatdagi bosqichi — Internet bo'ldi. Reklamasiz Internet resurs (zaxira)larini uchratish qiyin. Hamma narsa kabi reklamaning ham me'yorda bo'lgani ma'qul.

Mc Donalds tarixi. *Mc Donalds* dunyoga mashhur korporatsiyalardan biri. Bugungi kunda *Mc Donalds* tez, mazali, qulay hisoblanadi. *Mc Donalds* nimadan boshlanganligi va bu nom ostida qanday marketing konsepsiyasi qo'yilganligini kamdan kam odam biladi. *Mc Donalds* paydo bo'lganga qadar oddiy amerikalik gamburgerlar bilan arzon bufet-oshxonalarda tamaddi

qilishi mumkin edi. Kotlet va gamburgerning sifati yaxshi emas hamda xizmat ko'rsatish ham juda sekin edi (5 daqiqa ichida yeyiladigan gamburgerlarni, gohida, yarim soat kutishga to'g'ri kelar edi), xonalar sanitariya talablariga javob bermas, xodimlar qo'pol muomalali edi.

Barchasi 1955-yili sutli kokteyllar uchun mikserlar sotishdan boyib ketgan Rey Krok, aka-uka Makdonaldlarga tegishli 7 ta tez xizmat ko'rsatish restoranlaridan iborat tarmoqni sotib olishga qaror qilganidan keyin o'zgardi.

Krokning birinchi qilgan ishi shu bo'ldiki, u boshqa korxonalar tomonidan *Mc Donalds* nomini qo'llashni sotish hisobiga, tarmoqni kengaytirdi. Restoranlarni yuritish strategiyasi qilib sifat, servis, tozalik olindi. Xo'randalar ozoda binoga kirishar, yoqimtoy sotuvchi bilan muloqotda bo'lar, buyurtma bergandan so'ng 5 daqiqa ichida o'zlarining mazali gamburgerlarini olishardi. Ovqatlanish joyi bir gala o'smirlarning to'planish joyiga aylanib qolmasligi uchun unga musiqaviy avtomat, telefon, hattoki, sigaret va gazeta sotiladigan avtomatlar qo'yilmagan. Ovqatlanish joyi oilaviy maskanga aylandi, uni, ayniqsa, bolalar yoqtirib qolishdi. Hozirgi kunda *Mc Donalds* korporatsiyasi butun dunyo bo'ylab ishlayotgan ajoyib mexanizm hisoblanadi.

TAYANCH SO'Z VA IBORALAR

Marketing; tadbirkorlik faoliyatida marketing; bozorni o'rganish; iste'molchilarni o'rganish; bozor konsepsiyasi; tadqiqoti; strategiyasi; maqsadli marketing; marketing sifatini baholash; tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish va sotish imkoniyatining tahlili; iste'mol bozoriga ta'sir etuvchi omillar; o'z raqobatchilarini bilish; raqobatni tahlil etish; marketingni rejalashtirish; marketing rejasi va uning tarkibiy qismlari; bozor sharoitida narx siyosati; tovarlar harakatini rejalashtirish; ulgurji va chakana savdoni tashkil etish; sotishni tashkillashtirish; tovarlarni ilgari surish; reklama va reklama faoliyati; reklamani rejalashtirish va muvaffaqiyatni nazorat qilish.



NAZORAT SAVOLLARI

1. Marketing nima?
2. Biznesda muvaffaqiyat qozonish uchun nimalarni bilish kerak?
3. Marketing rejasi nimadan iborat?
4. Marketing rejasi qanday tuziladi?
5. Marketing rejasida joylashishni o'rganish qanday o'rin egallaydi?
6. Sotish ko'nikmalarini qanday oshirish mumkin?
7. Tovar bahosini o'rnatishda qanday omillarni inobatga olish kerak?

9-bob. ISHGA JOYLASHTIRISH TEXNOLOGIYASI

9.1. Mehnat bozori, uning mohiyati va ishlash mexanizmi

Bozor munosabatlari tizimida mehnat bozori muhim o'rinni egallaydi. Mana shu bozorda mehnatga qobiliyatli kishilar va davlat biror-bir jamoa, xususiy tashkilotlarning nomidan ish ko'ruvchilar hamda ish beruvchilarning manfaati to'qnash keladi. Mehnat bozorida vujudga keladigan munosabatlar yaqqol ifodalangan ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatga ega bo'lib, ular mamlakat aholisi ko'pchiligining muhim ehtiyojlariga daxldor bo'ladi. Mehnat bozori mexanizmi orqali aholining ish bilan bandligi va mehnatga haq to'lash darajalari belgilanadi. Mehnat bozorida ro'y berayotgan jarayonlarning jiddiy oqibati ishsizlik bo'lib, u umuman olganda, salbiy hodisa hisoblansa ham, lekin amalda jamiyat hayotining muqarrar natijasidir.

Aholining ish bilan bandligi uning takror ishlab chiqarilishi uchun zarur shartdir, chunki kishilarning turmush darajasi, kadrlarni tanlash, tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishga, ularni ishga joylashtirishga, ishdan mahrum bo'lib qolgan kishilarni moddiy jihatdan qo'llab-quvvatlab turishga sarflanadigan xarajatlarning barchasi ana shu aholining ish bilan bandligiga bog'liqdir. Shuning uchun ham aholining ish bilan bandligi, ishsizligi, mehnat faoliyati uchun zarur resurslar va umuman, mehnat bozori singari muammolar mamlakat iqtisodiyoti uchun dolzarb bo'lib, ular tarmoqlararo funksional tizim hisoblanadi.

Bozor munosabatlarining rivojlanishi mos ravishda ijtimoiy mehnat sohasidagi munosabatlarning rivojlanishini ham taqozo qiladi. Bu esa, mehnat bozorini shakllantirish va samarali rivojlantirishni zarurat etadi.

Mehnat bozorining shakllanishi, turli ijtimoiy-iqtisodiy tizimlar sharoitida amal qilishi va rivojlanib borishi murakkab, har tomonlama o'rganishni talab qiladigan jarayon hisoblanadi. Uni o'rganishda mehnat bozorining umumiy qonuniyatlari, tamoyillari va konsepsiyalarini hisobga olish, ularga tayanish maqsadga muvofiq bo'ladi. Joylarda aholining ish bilan bandligi tizimining

o'zgarishi muammolari mehnat bozorining dolzarb muammolaridan biri hisoblanadi.

Mehnat bozorining ilmiy-nazariy talqini, avvalo, mehnat bozori to'g'risidagi umumiy talqinlardan kelib chiqadi. Ma'lumki, iqtisodiy adabiyotlarda ko'pincha «mehnat bozori» tushunchasi ishchi kuchi talabi va taklifi bilan bog'liq ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar yig'indisi bilan izohlanadi. Mehnat bozori ba'zan «ishchi kuchi bozori», deb ham yuritiladi. Mehnat resurslari bozori, malakali mehnat bozori, mehnat omili, mehnat munosabatlari, inson kapitali, ishchi kuchi qiymati, mehnatning bahosi kabi tushunchalar o'rganilayotgan jarayonga yondosh tushunchalar bo'lib, uning mazmuni va mohiyatini ochib berishga xizmat qiladi.

Mehnat bozorida mehnat qobiliyatining taklifi va sotilishi hamda bu jarayonni ta'minlab, tartibga solib turiladigan vositalar, tizimlar va mexanizmlar mavjud. Boshqacha qilib aytganda, mehnat bozori institutsional jihatdan mehnatdan foydalanish va ishchi kuchini takror ishlab chiqarishni ta'minlashga xizmat qiluvchi iqtisodiy mexanizmlar, huquqiy asoslar, me'yor va institutlar tizimini o'zida namoyon etadi.

Mehnat bozorida mehnat narxi va ish haqi darajasi hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ular ishchi kuchi talabi va taklifiga jiddiy ta'sir qiladi, o'zaro o'rtadagi munosabatlarni tartibga soladi, talab-taklif mutanosibligi va muvozanatini saqlaydi. Bozor qonuniyatiga asosan, ishchi kuchi o'zgarayotgan narx-navo va bozor konyunkturasiga tez munosabat bildiradi, mehnat bozorining faollashgan sharoitida ishsizlik mehnatga layoqatli aholining band bo'lmagan qismi davriy aylanishini ta'minlaydigan qonuniy hodisa hisoblanadi.

Bozor iqtisodiyotida mehnat bozori yollanib ishlashga qodir kishilarning barchasini, ya'ni yollanma mehnat bilan band bo'lganlar va band bo'lmaganlarni qamrab oladi. Mehnat bozori jamiyat taraqqiyotining ma'lum darajasi va bozorda ishtirok etuvchi kuchlar: tadbirkorlar, mehnatkashlar va davlat o'rtasida ma'lum tarixiy davrda erishilgan manfaatlar balansini aks ettiruvchi ijtimoiy munosabatlar tizimi sifatida amal qiladi.

Bir tomondan, mehnat bozori ish haqi va daromadlarning erkin harakati orqali mehnatga talab hamda ishchi kuchi taklifining o'zini o'zi tartibga soluvchi mexanizmi bo'lsa, boshqa tomondan, mehnat bozori ish beruvchilar va yollanib ishlashni xohlovchilarning bevosita kelishuvi orqali talab-taklifni qanoatlantirish uchun

yaratilgan sharoit hisoblanadi. Ayni vaqtda, mehnat bozori uzluksiz takomillashib boruvchi tizim bo'lib, unda mulkchilik subyektlari va ishchi kuchi takliflari, yollanma ishchi kuchiga talab hajmi, tarkibi hamda nisbatini shakllantirib, ishlab chiqarish omillariga (mehnat vositalari va ishchi kuchi) o'zaro kuchli ta'sir ko'rsatadi.

Mehnat bozori o'rni kelganda, mehnat munosabatlarining faqat bir qismini qamrab oladi. Ayni vaqtda, mehnat bozori ishchi kuchini sotish, sotib olish, yollash va undan foydalanish bilan bog'liq bo'lgan ko'plab ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar majmuasidan iborat.

Mehnat bozorida ish beruvchi ham (ishchi kuchiga talab), ish qidirayotganlar ham (ishchi kuchi taklifi) huquqiy jihatdan teng mavqega ega hisoblanadi. Biroq, sanoatlashgan davlatlar va ko'pgina rivojlanayotgan mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, ish beruvchilar aksariyat hollarda ustun mavqeni saqlab qoladilar. Ish beruvchining iqtisodiy manfaati, asosan, ishlab chiqarish faoliyatini samarali ta'minlash va pirovardda foydani kafolatlash zaruriyatiga borib taqaladi. Yuzaga kelgan ish beruvchi va ishchi kuchini sotuvchi-ishlovchi o'rtasidagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabat bozorda realizatsiya qilinadi; mehnatni xarid qilish va sotish jarayonining yig'indisi mehnat bozorini tashkil etadi. Shuni ta'kidlab o'tish lozimki, odatda, xarid qilish va sotish jarayoni qachonki, xodim o'z qobiliyati va ko'nikmasi bilan ish beruvchi taklif etgan ish joyi talabiga mos kelganda, ushbu joy esa o'zining tavsifi bo'yicha xodimning talabiga javob bergandagina amalga oshadi. Boshqa tomondan, eng maqbul ish joyi, daromad (ishlovchi nuqtayi nazaridan) va yetarli darajada malakali hamda ish haqi to'lanadigan ishchi kuchi (ish beruvchi nuqtayi nazaridan) doimo qidiriladi. Chunki raqobatbardosh ishlab chiqarishni tashkil etish va uni doimo takomillashtirib borish zaruriyati mavjud bo'ladi. Xulosa qilib aytganda, mehnat bozori ish joyi oldi-sotdisi va ishchi kuchi oldi-sotdisi amalga oshadigan ikki bozorning mantiqiy birligidan tashkil topadi.

Umumlashtirgan holda xulosa qilamizki, bozor transformatsiyasi sharoitida *mehnat bozori*, bu — shartnomada belgilangan cheklovlar asosida tasdiqlanuvchi va ish beruvchilar tomonidan taklif etilayotgan ish o'rinlariga mos ravishda ishchi kuchining alohida ko'rsatkichlarining erkin taklifi asosida tashkil etilgan tovar-pul munosabatlari negizida ishchi kuchini yollashga doir ijtimoiy-mehnat munosabatlarini tartibga soluvchi institutdir.

Bu borada, mehnatga qobiliyatli aholining ish bilan bandligini sifat jihatdan oshirish bo'yicha muammoni hal qilishning eng samarali qurollaridan biri bo'lgan mehnat bozori tushunchasi, tarkibi, xususiyatlari va vazifalarini o'rganish katta ahamiyatga ega.

Mehnat bozori tarkibiy qismining asosiy unsurlariga quyidagilar kiradi: ishchi kuchiga talab va uning taklifi, qiymati, bahosi va yollashdagi raqobat (9.1-rasmga qarang).

Talab — iqtisodiyot sohalarining mehnat bozoriga buyurtma etgan, ish haqi fondi, yakka tartibdagi xo'jaliklardan olinadigan daromadlar va boshqa hayotiy vositalar bilan ta'minlangan ehtiyojning hajmi va tarkibini aks ettiradi. Taklif — yollanma sharti bilan ishga ega bo'lishdan manfaatdor bo'lgan ishchi kuchining miqdor va sifat (soni, jinsi, yoshi, ma'lumoti, kasbi, malakasi, millati, ishlab chiqishi, daromadi va boshqalar bo'yicha) tarkibini ifodalaydi. Mehnat bozoridagi ishchi kuchining taklifi murakkab demografik tuzilishga ega. Avvalambor, aholining umumiy sonidan yollanib ishlashga qodir, ya'ni mehnat qobiliyatiga ega bo'lib, uning egasi — xodim mehnat bozorida uni taklif qilishdan, tadbirkor esa uni o'z korxonasida belgilangan vaqt davomida foydalanish uchun yollanishidan manfaatdor qismini ajratish kerak.

Aholini umumiy sonidan ikki guruhga ajratish mumkin:

- 1) yollanib ishlashga qodir mehnatga layoqatli yoshdagi aholi;
- 2) yollanib ishlashga qodir bo'lmagan aholi.

Birinchi guruh quyidagi guruhchalarga bo'linadi:

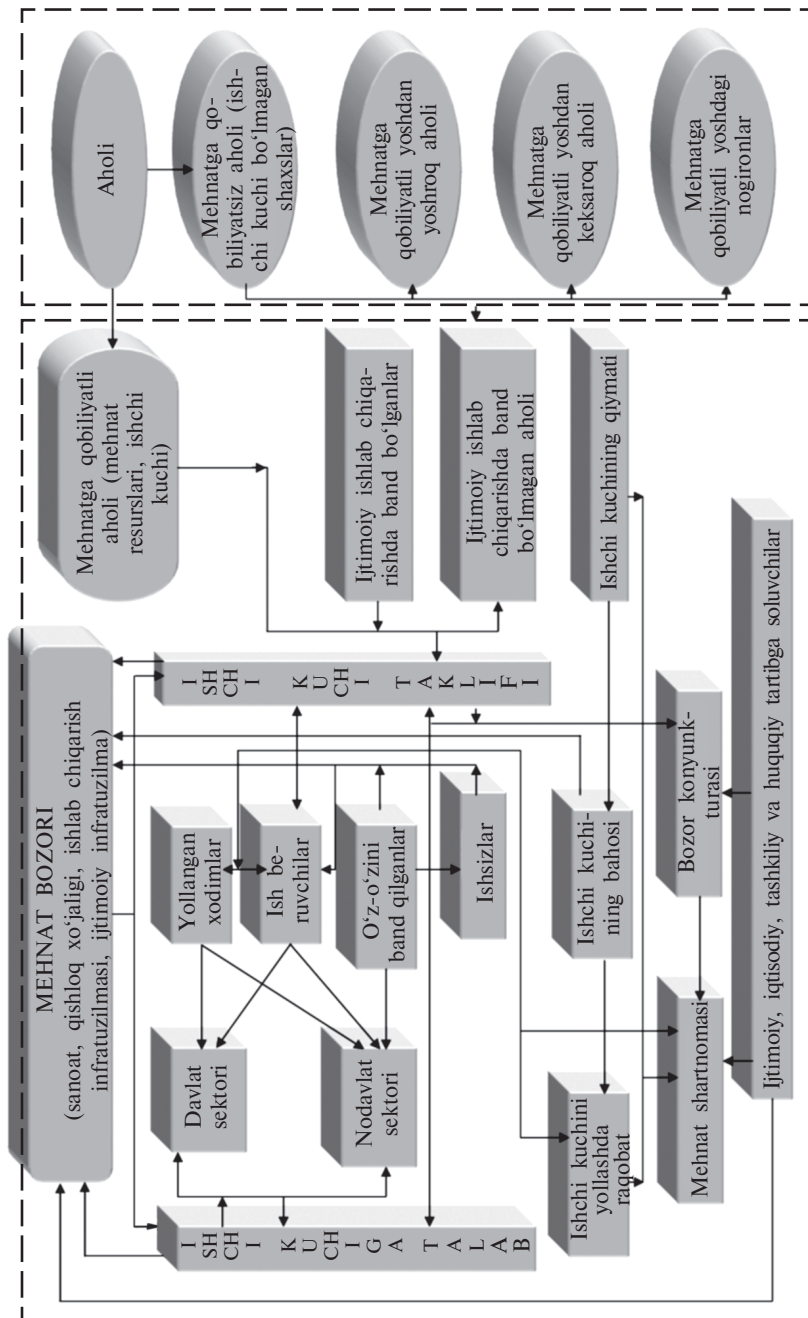
- a) ijtimoiy ishlab chiqarishda ish bilan band bo'lganlar;
- b) ijtimoiy ishlab chiqarishda ish bilan band bo'lmaganlar.

Ikkinchi guruh ham guruhchalarga bo'linadi:

- a) mehnatga qobiliyatli yoshdan kichik aholi, ya'ni 16 yoshgacha bo'lgan o'smirlar;
- b) mehnatga qobiliyatli yoshdan keksaroq aholi;
- d) mehnatga qobiliyatli yoshda, ammo nogironligi tufayli ishlamayotgan nafaqaxo'rlarning asosiy qismi.

Demak, «mehnat bozori» tushunchasining ijtimoiy-iqtisodiy mazmuni va uni tashkil qiluvchi qismlarining tizimli tadqiqoti bizga ular tomonidan iqtisodiyotni modernizatsiyalash davrida bajariladigan barcha vazifalarning to'liq mazmunini namoyon qiladi, ularga esa quyidagilar kiradi:

- ishchi kuchiga talab va taklifning hajmi, tarkibi va nisbatini shakllantirish;



9.1-rasm. Mehnat bozori tarkibiy qismi asosiy unsurlarining o'zaro bog'lanish modeli.

- bozor tizimida xo‘jalik yuritishning iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy mexanizmlari yordamida ishchi kuchiga talab va taklifni tartibga solish;

- mehnat resurslarining ish bilan oqilona bandligini shakllantirishga bevosita ta’sir ko’rsatish;

- ishsizlarga ish topishga yoki bozor sharoitiga mos keladigan darajada malakasini oshirishni tashkil etishga yordam berish;

- ishlab chiqarish xarajatlarini qisqartirish va uni tejashga ta’sir ko’rsatish. Bu qayta ishlash sanoati, xizmat ko’rsatish va servis hamda boshqa aniq mehnatni qo‘llovchi sohalarga qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishidan ozod bo‘lgan mehnat resurslarini raqobat asosida jalb qilishni rag‘batlantiradi va shuning bilan muomala sohasida ishchi kuchi zaxirasini shakllantirib, band bo‘lmasdan qolishga imkon beradi;

- ishchi kuchining ham, ishlab chiqaruvchining ham iste’molchi sifatidagi manfaatlari mos kelishini ta’minlovchi yuqori unumdor mehnatga qiziqishini tartibga solish;

- taqsimot munosabatlariga bilvosita ta’sir qilish.

Mehnat bozorining to‘liq ishlashi uchun rivojlangan infratuzilmani shakllantirish lozim. Mehnat bozori faoliyat ko’rsatishining sifat ko’rsatkichlarini eng muhim mezoni uning infratuzilmasining rivojlanish darajasidir. Mehnat bozori infratuzilmasi — davlat muassasalarini, ish bilan bandlikka ko‘maklashuvchi nodavlat tuzilmalarini, korxonalar va firmalarning kadrlar xizmatini, jamoat tashkilotlari va jamg‘armalarini, ish kuchini talab va taklif qilish o‘rtasidagi eng samarali o‘zaro hamkorlikni ta’minlovchi normativ-huquqiy muhitni o‘z ichiga oladi, ular ishchi kuchiga ehtiyoj bilan taklif o‘rtasidagi eng samarali o‘zaro hamkorlikni ta’minlaydi¹. Mamlakatimizda mehnat bozori infratuzilmasining rivojlanishi xalqaro normalar asosida rivojlanmoqda. Bu sohada muhim xalqaro tashkilot bo‘lib Xalqaro Mehnat Tashkiloti hisoblanadi.

Samarali ish bilan bandlikni ta’minlash mehnat bozorining bosh ijtimoiy-iqtisodiy funksiyasi hisoblanadi. Mehnat bozori infratuzilmasi bu funksiyaning bajarilishini ta’minlaydi, shunday ekan, mehnat bozori infratuzilmasining muvaffaqiyatli shakllanishi va rivojlanishi mezoni sifatida ishchi kuchiga talab va taklif

¹ Q.H. Abdurahmonov. Mehnat iqtisodiyoti. T., «Mehnat», 2004. 145-bet.

oʻrtasidagi muvozanatni taʼminlash hisoblanadi. Shuningdek, mehnat bozori infratuzilmasining bosh masalasi — mehnat bozorida ishchi kuchiga talab va taklif oʻrtasidagi samarali hamkorlikni va iqtisodiy shart-sharoitlarni taʼminlashni nazarda tutadi.

Mehnat bozori infratuzilmasining asosiy funksiyasi ish beruvchi bilan xodim oʻrtasidagi ish kuchining narxi, mehnat sharoiti, xodimning muayyan ijtimoiy muammolarini hal qilish, ish bilan band boʻlgan va band boʻlmagan aholini kasbga tayyorlash va qayta tayyorlash, ish joylarini yaratish va saqlash, aholiga axborot xizmatlarini koʻrsatish, ishchi kuchi harakat-chanligini qoʻllab-quvvatlash, ijtimoiy-mehnat nizolarini tartibga solish xususidagi munosabatlarni yoʻlga qoʻyishdan iboratdir. Odatda, bu munosabatlar jamoa shartnomalari tizimi asosida tartibga solinadi. Bozor iqtiso-diyoti rivojlangan mamlakatlarda jamoa shartnomasi tizimi mehnat bozorida davlatning tartibga solishdan koʻra, faolroq rol oʻynaydi¹.

Hozirgi vaqtda Oʻzbekistonda mehnat bozorini boshqarishda bir qator yoʻnalishlar mavjud boʻlib, ular aholi ish bilan bandligi davlat xizmatiga taalluqlidir. Bu xizmatning asosiy vazifasi mehnat bozori haqidagi axborotni mehnatga layoqatli aholiga tarqatish hisobiga mehnat bozorining faoliyat koʻrsatishi samaradorligini oshirishdan iboratdir.

Aholining ish bilan bandligiga koʻmaklashish bilan bogʻliq xizmatlar davlat ish bilan bandlik xizmati organlari tomonidan bepul koʻrsatiladi. Bozor munosabatlarining rivojlanishi ish bilan bandlikning nodavlat xususiy xarakterdagi tuzilmalari ham tashkil etilishiga imkon bermoqda. Bular xodimlarni tanlash boʻyicha tijorat agentliklari, oʻquv yurtlari huzuridagi muassasalar va h.k. muassasalardir. Mehnat bozori infratuzilmasining asosiy tarkibiy qismi sifatida bandlikka koʻmaklashish markazlarining faoliyati ham muhim ahamiyatga ega.

Mehnat bozori infratuzilmasining tarkibiy qismi asosiy elementlariga quyidagilar kiradi: davlat muassasalari, ish bilan bandlikka koʻmaklashuvchi nodavlat tuzilmalar, korxonalar va firmalarga kadrlar bilan xizmat koʻrsatish, xususiy vositachi firmalar, samarali ish bilan bandlikni taʼminlaydigan jamoat tashkilotlari va jamgʻarmalar kabilar.

¹ *Q.H. Abdurahmonov, B.Ch. Murtazoyev. Mehnat bozori (oʻquv qoʻllanma). T., 1999. 29-bet.*

O'zbekiston Respublikasining «Aholini ish bilan ta'minlash to'g'risida»gi Qonuni respublika hududida doimiy istiqomat qiluvchi fuqarolarning mehnatga bo'lgan huquqini amalga oshirishning huquqiy, iqtisodiy va tashkiliy shart-sharoitlarini, shuningdek, bu huquqni ro'yobga chiqarish bo'yicha davlat kafolatini belgilab berdi. Ana shu qonunga muvofiq rivojlangan mehnat bozori infratuzilmasi tarkibiy qismlari elementlari 9.2-rasmda keltirilgan.

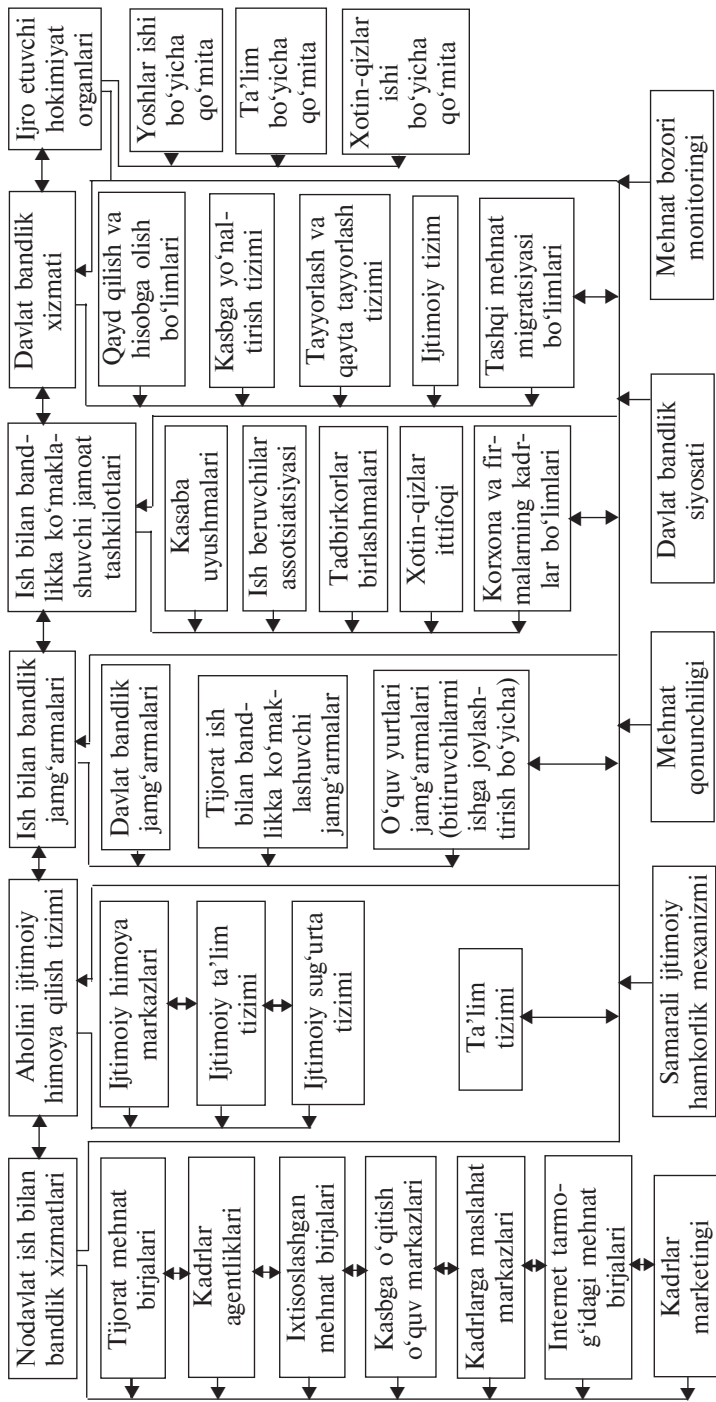
Har bir mamlakatda mehnat, aholining ish bilan bandlik va ijtimoiy siyosat masalalari yuzasidan davlat va mintaqaviy idoralar tizimi mavjuddir. Bu idoralarning tuzilishi o'zgarishi mumkin, lekin har qanday ma'rifatli davlat sohalari bo'yicha normativ hujjatlar ishlab chiqadi: barcha korxonalaridagi mehnat sharoitlari bo'yicha; davlat korxonalarida va davlat muassasalarida (budjet sohasidagi) mehnatga haq to'lashdagi nisbatlar bo'yicha; aholining ish bilan bandligini boshqarish bo'yicha; nafaqa ta'minoti bo'yicha; ishsizlarga, nogironlarga, aholining kam ta'minlangan qatlamlariga yordam ko'rsatish bo'yicha; ish beruvchilar va ish oluvchilar vakillarining o'zaro munosabatlarini yo'lga qo'yish bo'yicha.

Mintaqalardagi mehnatni boshqarish idoralari asosiy diqqat-e'tiborini ish bilan bandlik, ijtimoiy siyosat, ish beruvchilar bilan ish oluvchilar o'zaro munosabatlarini tartibga solish masalalariga qaratadilar¹.

Mehnat bozorida davlat siyosatining maqsadi bo'shab qolgan potensial ishchilarning samarali ish bilan bandligini shakllantirish, yoppasiga ishsiz bo'lib qolishga yo'l qo'ymaslik va ochiq ishsizlikning o'sishini to'xtatib turish sifatida ta'riflanishi mumkin.

Ana shu maqsadga erishish ish o'rinlari egasi bo'lgan ish beruvchiga muayyan sifatiga ega bo'lgan ish kuchini sotib olish, bu bilan ishlab chiqarish omillarining qo'shilishini ta'minlash, ish qidirayotgan kishilarga esa, kasb malakasiga, demografik va boshqa tavsiflariga muvofiq mos keladigan ish o'rni tanlash imkonini beradi. Ishsizlarga ta'lim olish sohasida (kasbiy qayta tayyorlash va malaka oshirish) xizmatlar ko'rsatiladi, ularni ta'minlash (jamoat ishlari va boshqa vaqtincha ishlar) va ishsizlik darajasini nazorat qilish yuzasidan chora-tadbirlar ko'riladi va h.k.

¹ Q.H. Abdurahmonov, B.Ch. Murtazoyev. Menhat bozori (o'quv qo'llanma). T., 1999, 41-bet.



9.2-rasm. Mehnat bozori infratuzilmasi rivojlanishi tarkibiy qismining asosiy unsurlari va ularning o'zaro bog'lanish chizmasi.

Aholining ish bilan bandligini tartibga solish va mehnat bozorini boshqarishda ushbu bozor infratuzilmasi tarkibiy qismining obyektlari ish bilan bandlik sohasidagi o‘zaro aloqadorligi va bog‘liqligi quyidagi shart-sharoitlar asosida yuzaga keladi:

1) mehnat qonunchiligi;

2) ish bilan bandlik sohasidagi ijtimoiy hamkorlik mexanizmining yaratilishi;

3) respublika miqyosida yagona ish bilan bandlik siyosatining yuritilishi.

Jahon tajribasining ko‘rsatishicha, bozor iqtisodiyoti sharoitlarida ijtimoiy mehnat munosabatlari tobora ko‘proq uch tomonlama bitimlar (hukumat, kasaba uyushmalari vakillari va tadbirkorlar vakillari) asosida yoki kasaba uyushmalari bilan tadbirkorlar o‘rtasidagi ikki tomonlama bitimlar asosida hal etilmoqda.

9.2. Ishga joylashtirish va bandlik. Ishga joylashtirishning huquqiy asoslari

Davlat ish bilan bandlik siyosati mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy siyosatining tarkibiy qismi sifatida mehnat potensialidan samarali foydalanish va uning rivojlanishi bo‘yicha ish bilan bandlik muammolarini yechishga qaratilgan iqtisodiyotning o‘tish davriga muvofiq, ish bilan bandlik siyosati ish kuchini tarmoqlar va ish bilan bandlik ko‘rinishi bo‘yicha qayta taqsimlashda ijtimoiy jihatdan muvofiq ish bilan bandlik darajasini ta‘minlashga yo‘naltirilishi zarur.

Ish bilan bandlik siyosati sohasidagi xalqaro mehnat konvensiyalari, xususan, 1948-yilgi ish bilan bandlik xizmatlari to‘g‘risidagi konvensiya va tavsiyalar, 1949-yilgi kasbiy yo‘naltirish, 1962-yilgi kasbiy tayyorlash va 1958-yilgi mehnat va boshqa faoliyatlarda kamsitishlar to‘g‘risidagi Konvensiyalar va tavsiyalarni e‘tiborga olib 1964-yil 9-iyul kuni Xalqaro Mehnat Tashkiloti konferensiyasida «Ish bilan ta‘minlash sohasidagi siyosat to‘g‘risida»gi Konvensiya qabul qilingan¹.

Shunday ekan, mehnat bozorini tartibga solish siyosati quyidagi maqsadlarga erishishni nazarda tutadi:

- ishchi kuchiga talab va taklif o‘rtasida muvozanatga erishish;
- ishsizlarni mehnatga yo‘naltirishni rag‘batlantirish;

¹ <http://www.ilo.org> – Xalqaro Mehnat Tashkiloti rasmiy veb-sayti.

- ish bilan band bo'lmagan fuqarolarning ish izlashda kasbiy harakatchanligini oshirish;

- ish izlayotgan har bir kishini ish bilan ta'minlamoq.

Davlat ish bilan bandlik siyosati doirasida ish bilan bandlikka ko'maklashish ikki yo'nalishda: passiv va faol ish bilan bandlik siyosati ko'rinishlarida amalga oshiriladi.

Ish bilan bandlikning passiv siyosati. Ish bilan bandlikning passiv siyosati davlat ish bilan bandlik xizmati orqali ishsizlarga nafaqalar to'lash, ishsizlarni kasblarga qayta o'qitish va jamoat ishlarini tashkil etish kabi faoliyatlarni o'z ichiga oladi. Ish bilan bandlik siyosatining bu varianti davlatning amalga oshiradigan joriy xarajatlari nuqtayi nazaridan birmuncha tejamlidir. Biroq, ish bilan bandlikning passiv siyosati iqtisodiyotning yuksalishi davrida mehnat bozorining yuqori egiluvchanligi va ishchi kuchining kasbiy harakatchanligi, iqtisodiyotning istiqbolli mustaqil ish izlash uchun birmuncha keng shart-sharoitlari mavjud bo'lgandagina o'zini oqlashi mumkin. Qolgan holatlarda passiv siyosat ishsizlik uzoq muddat davom etishini qisqartirish, ish bilan band bo'lmagan aholining ish bilan bandligini rag'batlantirishni kuchaytirish omili bo'lib hisoblanadi.

Ishsizlik bo'yicha nafaqalarning miqdorini va ularni to'lash shartlarini belgilashda bozor iqtisodiyotining rivojlangan mamlakatlarda ikki xil yondashish vujudga kelgan. Birinchisi, o'zining ixtiyorisiz ishdan bo'shatilgan xodimning turmush darajasining keskin tushib ketishiga yo'l qo'ymaslikdan iborat. Bu holda ishsizlik bo'yicha nafaqalar oldingi ish haqlarini hisobga olish bilan hisoblab chiqiladi. Ikkinchi yondashish, har xil sabablar bilan umuman ishlamayotganlar yoki ishga yollanishda jiddiy qiyinchiliklarni boshidan kechirayotganlarda yashash uchun boshqa vositalar mavjudligini tekshirish bilan yoki tekshirmasdan yashash minimumini ta'minlashdan iboratdir.

Ishsizlik bo'yicha ishsizlarga moddiy yordam ko'rsatishda sug'urtalash tizimlari asosiy tizimlardan biri hisoblanadi. Ular bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlarning mutlaq ko'pchiligida mavjud. O'zbekiston Respublikasining «Aholini ish bilan ta'minlash to'g'risida»gi Qonuni bilan ish haqining eng kam miqdori darajasidagi yoki ishlashning keyingi yillarida olingan o'rtacha ish haqiga foizli nisbatda nafaqa to'lash ko'zda tutilgan. Ishsizlik bo'yicha nafaqalarni to'lash, moddiy yoki boshqa yordamni ko'rsatish uchun ko'pgina rivojlangan mamlakatlarda sug'urta

fondlari tashkil qilinadi. O'zbekistonda bu — respublika aholini ish bilan ta'minlash Davlat jamg'armasidir. Bu jamg'arma, asosan, korxonalar va xodimlarning o'zlari hamda yuridik shaxslarni tashkil qilmagan tadbirkorlarning badallari hisobiga shakllantiriladi.

Ishsizlik bo'yicha nafaqaning miqdori yo ish haqiga nisbatan foizlarda yoki qat'iy miqdorlarda belgilanadi. O'rtacha nafaqa o'rtacha ish haqining 50—60 % ini tashkil qiladi. Nafaqaning miqdori ish qidirishda muhim undovchi rolni yoki buzg'unchi rolni o'ynash mumkin. Amaliyot shuni ko'rsatadiki, agar xodim ishsiz bo'lib qolganda o'z daromadining faqat kichik qismini yo'qotsa, u nafaqalar to'lash muddatining tugashini kutgan holda, ish qidirishni cho'zib yuborishi mumkin.

Davlat ish bilan bandlik siyosatining ancha samarali va maqbul yo'nalishi — *faol ish bilan bandlik siyosati* bo'lib, ishchi kuchiga talabni oshirish maqsadida davlat ish bilan bandlik jamg'armasi mablag'lari hisobiga ish joylarini yaratish, korxonalariga qo'shimcha ish joylarini yaratish maqsadida kreditlar berish yo'li bilan iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashdan iborat. Ishchi kuchiga talabning taqchilligi sharoitida mehnat bozori holatining tahlili shuni ko'rsatdiki, ish bilan bandlik xizmati fuqarolarni aniq ishlarga tayyorlashi zarur.

Mamlakatimizda iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish bilan bog'liq ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning hozirgi sharoitida ustuvor vazifa iqtisodiyotni rivojlantirish yo'nalishlariga muvofiq keladigan aholini ish bilan bandlik siyosatining maqsad va vazifalarini ishlab chiqish hamda amalga oshirishdan iboratdir. Aholining ish bilan bandligi zamonaviy hayot sifatini ta'minlash, inson kapitali rivojlanishiga shart-sharoitlar yaratish va mehnat taqsimotining nisbatan yuqori darajaga o'tishini ta'minlash bilan bog'liq bo'lgan mehnat faoliyatining turli ko'rinishlarini va yo'nalishlarini o'z ichiga oladi. Aholining oqilona ish bilan bandligini ta'minlamasdan turib ijtimoiy barqarorlikni ta'minlash, iqtisodiy islohotlar yo'lidani yanada ilgarilab borish va zamonaviy mehnat bozorini ta'minlash mumkin emas.

Mamlakatimiz ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining hozirgi bosqichida mehnat bozoridagi siyosat davlat tomonidan tartibga solish usullari va shakllari hamda xo'jalik yuritishning yangi shakllarini rivojlantirish asosida amalga oshirilmoqda. Davlat ish bilan bandlik xizmati mehnat bozoridagi davlat siyosatini amalga oshirishning tarkibiy qismi bo'lib, uni amalga oshirishning asosiy yo'nalishlari va vazifalarini belgilab beradi. Davlat ish

bilan bandlik xizmati mehnat bozorida ijobiy ijtimoiy va iqtisodiy samaraga erishishga yo'naltirilgan. Bu, bir tomondan, ko'p sonli ishga joylashtirilganlar normativ bo'yicha ish bilan bandlik Davlat jamg'armasiga ajratmalar ajratilishi uchun shart-sharoit yaratadi, ikkinchi tomondan esa ishsizlik nafaqasi oluvchilar soni kamayadi va faol yo'nalishlar uchun sharoit yaratiladi. Bu esa, o'z navbatida, ularning ishga joylashishi uchun sifat ko'rsatkichlarini oshiradi.

Aholini ish bilan ta'minlash davlat siyosati mehnat bozori konyunkturasi va uning rivojlanish istiqbollari kelib chiqqan holda umumdavlat va hududiy ish bilan bandlik dasturlarini ishlab chiqish va realizatsiyasini amalga oshirishda namoyon bo'ladi. Respublikamizda amalga oshirilayotgan islohotlar natijasida mehnat bozorida samarali davlat siyosatining yuritilishida xo'jalik yuritishning yangi shakllarini rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Xo'jalik yuritishning yangi shakllarining vujudga kelishi iqtisodiyotni diversifikatsiyalash va rivojlanayotgan tarmoqlarni modernizatsiyalash jarayonlari bilan muvofiqlikda amalga oshirilmoqda.

Mehnat bozorida samarali ish bilan bandlik siyosatini yuritish uchun faol dasturlarning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat bo'lishi kerak:

- yangi ish o'rinlarini yaratish bilan bog'liq faol tadbirlarni rivojlantirish;
- ijtimoiy himoyaga muhtoj bo'lganlarni ijtimoiy jihatdan qo'llab-quvvatlash maqsadida kvota ish o'rinlarini yaratish;
- ishsizlarning tadbirkorlik tashabbusini rag'batlantirish;
- ish bilan band bo'lmagan aholi va ishsizlarning kasbiy harakatchanligi (mobilligi) va raqobatbardoshligini oshirish.

Shunday ekan, davlat ish bilan bandlik xizmatining Dasturi mehnat bozorida faol ish bilan bandlik siyosati doiralarini qamrab olishi zarur. Hududiy darajada bu hududiy ish bilan bandlik Dasturi sifatida ifodalanadi. Ish bilan bandlikning faol siyosati hammadan avval yangi ish joylarini yaratish va amalda mavjudlarini saqlab qolish, korxonalar faoliyatini jadallashtirish, kichik biznes, o'zini o'zi ish bilan band qilishni rivojlantirish, ish bilan band bo'lmagan aholini kasbiy o'qitish bo'yicha ishlarni faollashtirishda namoyon bo'ladi. Masalan, Yaponiyada kichik biznesda ish bilan band bo'lganlarning soni ishlab chiqarish sohasida ish bilan band bo'lganlarning umumiy sonida 58 % ni tashkil qiladi. Agar o'rta biznes ham hisobga olinsa, bu raqam 80,6 % gacha ko'payadi.

Kichik biznesning har xil darajalardagi budjetlardagi ulushi-ning jahon ko'rsatkichi 50—60 %. Kichik biznesning savdo korxonalariga Yaponiya eksportining 50 % i, importning esa 40 % i to'g'ri keladi. Demak, o'z ichiga xizmatlar sohasini oluvchi kichik biznesda, aholi ish bilan bandligini ko'paytirishning juda katta salohiyati mavjud. Agar boshqa mamlakatlar tajribasiga murojaat qilinsa, unda Shvetsiyada o'z biznesini tashkil qilishni istovchi ishsizlar moliyaviy yordam olishlari mumkin. Subsidiyalar 20 yoshgacha va undan kattaroq bo'lgan ishsizlar sifatida ro'yxatdan o'tgan va ishni topish imkoniyatiga ega bo'lmagan kishilarga to'lanadi.

Buyuk Britaniyada, shaxsiy ishini boshlashni istovchi va yordam uchun murojaat qilganlar, 13 hafta davomida ishsiz bo'lishlari va biznesga kiritish uchun 1000 funt sterlingdan kam bo'lmagan summaga ega ekanligi haqida hujjatlarga ega bo'lishlari kerak. Ushbu dasturning ishtirokchilari bir yil davomida haftasigi 40 funt sterling olishadi.

Mustaqil ish bilan bandlikning o'sishi uchun zarur sharoitlar ko'proq darajada erkin bozor iqtisodiyotining samarali o'sishi sharoitlariga mos keladi. Amalda mustaqil ish bilan bandlik mavjud bo'lishining o'zi xususiy sektorga bog'liq, shuning uchun xususiy sektorning o'sishiga ko'maklashuvchi siyosiy va iqtisodiy sharoitlar, mustaqil ish bilan bandlikning rivojlanishiga ham yordam beradi.

XMTning tasnifiga ko'ra, mustaqil ish bilan band bo'lganlarga tadbirkorlar, ishlab chiqarish kooperativlarining a'zolari, yollash bo'yicha ishlayotgan shaxslar, oilaviy korxonalarining haq olmaydigan mehnatkashlari kiradi. Ko'pgina mamlakatlarda mustaqil ish bilan band bo'lganlarning 60 dan 80 % gachasi xizmat ko'rsatish sohasida jamlanganlar. Bu hammadan avval savdo, umumiy ovqatlanish va mehmonxona xizmatini ko'rsatish sohasi (30—60 %), qolgan qismi kommunal, ijtimoiy va shaxsiy xizmatlar hamda transportga to'g'ri keladi. Keyingi yillarda moliya, maslahat berish, axborot kabi xizmat turlari faol yuqorida aytib o'tilgan ish bilan bandlikning egiluvchan shakllaridan keng foydalanishga imkon beradi.

Mehnat bozor infratuzilmasining bosh masalasi mehnat bozorini tartibga solishda infratuzilma subyektlari o'rtasida aloqadorlikni ta'minlovchi mexanizmlarni yaratish va funksiyalarni taqsimlashni nazarda tutadi. Shunday qilib, mehnat bozori

infratuzilmasining asosiy subyektlari hamda mehnat bozorini tartibga soluvchi institutsion tuzilmalari sifatida, asosan, davlat ish bilan bandlik xizmati va ishga joylashtirish bo'yicha nodavlat ish bilan bandlik xizmati organlari faoliyatlaridan iboratdir.

Davlat ish bilan bandlik xizmati — davlat ish bilan bandlik siyosatini amalga oshirishning tarkibiy qismi bo'lib, uni amalga oshirishning asosiy yo'nalishlarini belgilab beradi.

Davlat ish bilan bandlik xizmatining asosiy masalalariga mehnat bozorini boshqarish va ishsizlarga personal yordam ko'rsatish, ularni hal etish yo'llarini aniqlash, mehnat vositachiligi, kasbiy va geografik kasbiy harakatchanlikni rag'batlantirish, mehnat bozori haqida axborotlar to'plash, ishsizlarni kasblarga tayyorlash va qayta tayyorlash bo'yicha ishlarni amalga oshirish kiradi. Shunday ekan, davlat ish bilan bandlik xizmatining ijtimoiy funksiyalari va mehnat bozorini tartibga solishdagi iqtisodiy funksiyalari birga olib borilishi nazarda tutiladi. Bu ikki funktsiya davlat ish bilan bandlik xizmatining ikki tomonlama mohiyatini aniqlab beradi. Davlat ish bilan bandlik xizmati ishsizlik muammolarini (ijtimoiy funktsiya) va ish bilan bandlik muammolarini (iqtisodiy funktsiya) hal etish o'rtasida turli xil variantlarni ishlab chiqadi.

Davlatning ish bilan bandlik siyosatini amalga oshirishning asosiy moliyaviy vositasi bo'lib, ish bilan ta'minlashga ko'maklashish Davlat jamg'armasi hisoblanadi. Davlat ish bilan bandlik jamg'armasi mablag'lari, asosan, quyidagi yo'nalishlar bo'yicha sarflanadi: mehnat organlari faoliyatini moliyalashtirish, ishsizlik nafaqasini to'lash, kasbga o'qitish va qayta o'qitish, jamoat ishlarini tashkil etish, ijtimoiy muhofazaga muhtojlarga moddiy yordam berish, yangi ish o'rinlarini yaratish, oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish, muddatidan oldin pensiyaga chiqish.

Shahar va tumanlardagi Bandlikka ko'maklashish markazlari o'zlarining ish bilan bandlikka ko'maklashish sohasidagi funksiyalaridan tashqari, tijorat faoliyatlari bilan ham shug'ullanishlari mumkin. Masalan, ish beruvchilar bilan aloqa o'rnatish: ko'pchilik ish beruvchilar o'zlarining xodimlari malakasini oshirish, maslahat xizmatlaridan foydalanishga muhtojlik sezadilar. Bizningcha, viloyat davlat ish bilan bandlik xizmati organlari va markazlari yuqori malakali kadrlarni tanlash va maslahatlar berish bilan muvaffaqiyatli shug'ullanishlari mumkin.

Mehnat bozorining bu segmentida ijtimoiy funksiyalarni davlat ish bilan bandlik xizmati amalga oshiradi. Mehnat resurslari va

korxonalarga mehnat vositachiligi davlat ish bilan bandlik jamg'armasi mablag'lari hisobiga moliyalashtirish natijasida bepul ko'rsatiladi. O'zining cheklangan tashkiliy va moliyaviy resurslariga ega bo'lgan davlat ish bilan bandlik xizmati mehnat bozorida monopol xarakterga egadir. Shunday ekan, bizningcha, davlat ish bilan bandlik xizmati nodavlat tashkilotlar tuzishda, shuningdek, ixtisoslashgan, samarali imkoniyatlarga ega bo'lgan va qonunlar doirasida mehnat vositachiligi bilan shug'ullanuvchilarga yordam berishi kerak.

Davlat ish bilan bandlik xizmatining ishga joylashtirish bo'yicha yuqori samarali faoliyatiga qaramasdan, unchalik katta bo'lmagan qismga ega bo'sh ish joylari uning yordamida to'ldiriladi. Yuqorida yuzaga kelgan bunday holatlar bilan davlat ish bilan bandlik xizmati faoliyatini quyidagicha izohlash mumkin:

1) davlat ish bilan bandlik xizmati o'zining ma'lumotlar bankida nufuzli bo'sh ish joylariga ham, kam ish haqi to'lanadigan va kam malakali mehnat talab qiladigan ish joylariga ham ega. Korxonalaridan ish bilan bandlik xizmatiga beriladigan talabnomaning katta qismi nochor tarmoqlardan, oz qismi barqaror rivojlanayotgan tarmoqlardan tashkil topadi. Barqaror rivojlanayotgan tarmoqlarga tez va sifatli mehnat vositachiligi xizmatlari, asosan, xususiy kadrlar agentligi tomonidan ko'rsatiladi;

2) bundan tashqari, davlat ish bilan bandlik xizmatiga ijtimoiy jihatdan himoyalangan malakali ishchilardan tashqari, ijtimoiy himoyaga muhtoj bo'lgan, ya'ni nodavlat ish bilan bandlik organlari xizmatlaridan foydalanish imkoniyatiga ega bo'lmagan ishchilar ham murojaat qilishadi;

3) foydali bo'sh ish joylariga ega bo'lgan tadbirkorlar va malakali mutaxassislar davlat ish bilan bandlik xizmatidan kam foydalanishadi. Ular xodimlarni tanlash va bo'sh ish joylari to'g'risidagi axborotlarni to'g'ridan to'g'ri qarindoshlari, tanishlari orqali muloqot o'rnatib, ma'lumotga ega bo'lishadi;

4) davlat ish bilan bandlik xizmati o'zining ijtimoiy funksiyalarini bajarishda ijtimoiy ta'minot organlariga aynan o'xshash holda amalga oshiradi, qaysiki, rivojlanayotgan firma ishchiga bo'lgan talabnomani berishga shoshmaydi, chunki ish bilan bandlik xizmati hisobida mehnatga noloyiq ishlashni xohlamaydiganlar bo'lishi mumkin.

Mehnat bozorida davlat ish bilan bandlik xizmati ijtimoiy-iqtisodiy funksiyalarini bajarishda, asosiy subyekt sifatida chiqishga

majbur: ishsizlarga ijtimoiy to'lovlar, fuqarolarni kasbga yo'naltirish bo'yicha xizmatlarni ko'rsatish, uzoq muddat ishsiz bo'lganlarga ishsizlik maqomini berish, ishsizlarni kasbga tayyorlash va qayta tayyorlashni o'tkazish, fuqarolarni ishga joylashtirish va ilgari huquqlarini tiklash bo'yicha turli tashkilotlar bilan qo'shma loyihalarni tashkillashtirish ishlari amalga oshiriladi.

Milliy ish bilan bandlik xizmatlari XX asrning 20-yillaridan paydo bo'la boshladi. Ularning paydo bo'lishi 1919-yilda Xalqaro Mehnat Tashkiloti (XMT)ning tashkil etilishi bilan bog'liq. XMTning ishsizlar to'g'risida 2-sonli Konvensiyasida ish bilan bandlik bo'yicha pullik bo'lmagan davlat byurolarini tashkil etish masalasi ko'rib chiqildi. Keyingi yillarda XMT ish bilan bandlik byurolarining tashkiliy tuzilishi, ularning funksiyalarini aniqlash, moliyalashtirish tartiblari bo'yicha bir qator hujjatlarni qabul qildi. XMT tavsiyalari uning a'zo mamlakatlarida milliy ish bilan bandlik xizmatlarini tashkil etishda u yoki bu ko'lamda foydalanilmoqda.

Mehnat bozorini tartibga solish mexanizmining ishlashi jami huquqiy, me'yoriy va axborot ta'minoti kesimida amalga oshadi. Ushbu mexanizmning huquqiy ta'minoti O'zbekiston Respublikasi Qonunlari, Prezident Farmonlari va Qarorlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari, vazirlik va idoralar buyruqlari, yuridik shaxslar nizomlari ko'magi bilan amalga oshiriladi. Me'yoriy ta'minot bo'lib, yo'riqnomalar, normativlar, me'yorlar, uslubiy ko'rsatmalar, tavsiyalar va boshqa hujjatlar hisoblanadi. Axborot ta'minoti mehnat bozori konyunkturasi, uni tartibga solish va moliyaviy ta'minlash haqidagi turli xil va ko'rinishdagi (davriy hisobotlar, tezkor va boshqa analitik ma'lumotlar) axborotlardan tashkil topadi.

Bozor munosabatlari rivojlanishi sharoitida davlat tomonidan tartibga solish tarkibini takomillashtirish lozim. Chunki fuqaroning mehnat qilishga bo'lgan konstitutsion huquqi ta'minlanishining yagona kafolatini faqatgina davlat berishi mumkin. U ushbu vazifani Konstitutsiyaga binoan o'z bo'yniga oladi. Ushbu kafolat huquqiy, tashkiliy va iqtisodiy chora-tadbirlar bilan ta'minlanishi kerak.

Huquqiy chora-tadbirlarga aholi bandligini tartibga solishga yo'naltirilgan bir qator qonuniy-me'yoriy hujjatlarni kiritish mumkin. Bular «Aholini ish bilan ta'minlash to'g'risida»gi Qonun va unga mos ravishdagi bir qator qarorlar paketidan iboratdir. Ular orqali aholining mehnatga bo'lgan huquqi va davlat siyosatining asosiy tamoyillari, aholi bandligini tartibga solish hamda

uni tashkil etish, ishini yo‘qotganda kompensatsiyalar o‘rnatish tartibi amalga oshiriladi.

Mehnat sohasidagi xalqaro-huquqiy qonunchilik xalqaro kelishuvlar asosida amalga oshiriladi hamda yollanma mehnatni tartibga solish, mehnat sharoitlarini yaxshilash, mehnatni himoya qilish, xodimlarning huquq va manfaatlarini himoyalashda o‘z aksini topadi¹.

BMT Bosh Assambleyasi tomonidan 1948-yil 10-dekabrda qabul qilingan Inson huquqlari Umumjahon Deklaratsiyasi 23-moddasida insonning asosiy huquqlaridan biri sifatida mehnat qilish huquqi va ish o‘rnini erkin tanlash, munosib mehnat sharoitlariga ega bo‘lish va ishsizlikdan himoyalash keltirilgan².

Mehnat bozorida ish bilan bandlikni tartibga solishda jamoaviy bitimlar muhim o‘rin tutadi. Jamoaviy bitimlar tuzilayotganda O‘zbekiston Respublikasining Mehnat kodeksi, XMTning Konvensiyasi va tavsiyalariga asoslaniladi. XMT Konvensiyasining 54-bandida ta’kidlanganidek, «Jamoaviy muzokaralar, bir tomondan, tadbirkor, tadbirkorlar guruhi bilan, boshqa tomondan esa, mehnatkashlarning bitta yoki bir necha tashkiloti o‘rtasida:

a) mehnat sharoiti va bandlikni belgilash;

b) tadbirkorlar va mehnatkashlar o‘rtasidagi munosabatlarni tartibga solish;

d) tadbirkorlar yoki ularning tashkilotlari va mehnatkashlarning tashkiloti yoki tashkilotlari o‘rtasidagi munosabatlarni tartibga solish maqsadlarida olib boriladigan barcha muzokaralarni bildiradi».

Mehnat bozori munosabatlarini tartibga solish kompleks — shartnoma tizimining qayishqoqligi, shuningdek, munosabatlari sohasida tenglik va ijtimoiy adolat tamoyillarini ro‘yobga chiqarish haqidagi keng yoyilgan to‘g‘ri tasavvurlarga ega bo‘ladi. Ayrim xodim muzokaralarda o‘zidan ancha kuchli sherigi — ish beruvchiga nisbatan yakka tartibda amalga oshiradigan xatti-harakatlari bilan qarshilik ko‘rsata olmaydi. Boz ustiga, jamoaviy shartnomaga ko‘ra, malakasi past hamda yetarli darajada yuqori unum bilan ishlay olmaydigan ishchi kuchining ish joyi muayyan muddatga saqlab turiladi. Jamoaviy shartnoma mehnat munosabatlari

¹ Международное право. Учебник. Отв. ред. Е.И. Птицын. М., «Соло», 2010. С. 100.

² Assembly, UN General. «Universal declaration of human rights». UN General Assembly (1948).

barqarorligiga erishishda muhim ahamiyatga ega. Jamoaviy shartnoma tizimi mehnat bozoridagi xo‘jalik subyektlarining o‘zaro munosabatlaridagi mojarolarni o‘zicha bartaraf eta olmaydi. Chunki ushbu mojarolar asosini ijtimoiy manfaatlar, maqsadlar, intilishlar, talablardagi farqlar tashkil etadi. Garchi, jamoaviy bitimlar tizimi manfaatlarni kelishib olish, o‘zaro bir qarorga kelish va mojarolarni tezlik bilan bartaraf etish jarayonlarini ko‘zda tutsa-da, muzokaralar jarayoni ancha maqbul natijalarga erishish imkoniyatini ham yaratadi. Ayni paytda bitim shartlari shartnoma shaklini olib, ikki tomonni mazkur shartlar asosida ijtimoiy va iqtisodiy barqarorlikni ta‘minlash maqsadida oxirgi choralarni ko‘rmasdan, ya‘ni ish tashlash yoki ishdan bo‘shatishga yo‘l qo‘ymay, harakat qilishga majbur etadi.

Xodim bilan tuzilgan shaxsiy shartnoma ish beruvchi uchun ancha foydalidir. Shaxsiy shartnoma tizimi yollanuvchining mehnat sharoiti va unga to‘lanadigan ish haqini shu odamga qarab belgilash imkonini beradi. Jamoaviy bitimlarga ko‘ra esa, bunday qilib bo‘lmaydi. Shu bilan birga, tuziladigan shaxsiy bitim ko‘p hollarda yollanuvlarni ijtimoiy kafolatlarning kattagina qismidan mahrum etadi.

Mehnat munosabatlarini shaxsiy uslubda tartibga solish va bandlikning qayishqoq shakllarini joriy etish — yollanuvlar kuchidan foydalanish (ekspluatatsiya xarakterida), kuchaytirish hamda doimiy ishlovchi shaxslar uchun ilgari mavjud bo‘lgan ijtimoiy kafolatlardan voz kechilishidan tashqari, yana bir qator salbiy oqibatlariga olib kelishi mumkin. Jumladan, rivojlangan mamlakatlardagi mehnat bozorlarida doimiy ishchi kuchlarini vaqtincha yoki to‘liqsiz ish vaqtida ishlovchi shaxslar (yoshlar, xotin-qizlar, nogironlar va h.k.) bilan almashtirish qoida tusiga kirmoqda. Tabiiyki, ushbu ijtimoiy guruhlarining vakillari ijtimoiy jihatdan kam muhofazalangan va jamoaviy shartnomalar bilan qamrab olinmagan. Shu bois davlat, ayniqsa, xo‘jalik yuritishning bozor munosabatlariga o‘tish sharoitlarida yollashning shaxsiy shartnoma shakllari rivojini nazorat qilib borishi kerak. Aks holda, norozilik kuchayishi natijasida davlat ishsizlik bo‘yicha ijtimoiy to‘lovlarni ancha ko‘paytirishga majbur bo‘lib qoladi.

9.3. Kasbiy faoliyatdagi asosiy tushunchalar

Mehnat bozori ish bilan bandlikni tartibga solishda faol rol o‘ynaydi. Mehnat bozorida asosiy milliy resurs — ishchi kuchi

shakllanadi hamda korxonalar, tarmoqlar va mintaqalar bo'yicha taqsimlanadi.

Raqobat — har qanday bozor mexanizmini tashkil etuvchi ajralmas qism bo'lib, u ko'p miqdordagi erkin xaridorlar va ish kuchini sotuvchilarning mavjudligi hamda ular uchun mehnat bozoriga erkin kirish va uni tark etish imkoniyatini beradi. Mehnat bozorida raqobatbardoshlikni ta'minlash ishchi kuchi sifat tarkibini takomillashtirishni talab etadi.

Hozirgi kunda ishchi kuchi shaklida va yuqori malakali kadrlarga talabning o'sib borishi o'rtasidagi nomutanosiblik muhim muam-molardan biridir. Shuning uchun muammoni hal etishning dolzarb yo'nalishi bo'lib, kasbga tayyorlash va qayta tayyorlash tizimi orqali ishchi kuchining sifat ko'rsatkichlarini oshirish hisoblanadi.

Ishsizlarni kasbga tayyorlash va qayta tayyorlashda, o'quv jarayonida zamonaviy o'quv texnologiyalari va usullarini ta'lim dasturiga kiritish va foydalanish, kelajakda ularning mehnat bozorida raqobatbardoshligini oshiradi.

Ishsizlarni kasbga tayyorlash va qayta tayyorlash tizimida yangi yo'nalish bo'lib, ish beruvchilarning talablariga muvofiq maqsadli o'qitish va konkret ish o'rinlari bo'yicha alohida kasblarga o'qitish hisoblanadi. Bunda korxonalarga kerakli mutaxassislarni tayyorlashda kasbga o'qitish xizmati oldida buyurtmachi sifatida chiqadilar. Shuningdek, buyurtmachi korxonalar o'zlarining ishchi-xodimlari uchun o'quv dasturlari tayyorlash, qayta tayyorlash kurslarini o'tish, maqsadli o'qitishni tashkil etish, malaka oshirish maqsadlarida buyurtmalar berishlari mumkin.

Ish bilan bandlik xizmatida qayta o'qitish tizimi rivojlanishining maqsadi uch tomonlama muvaffaqiyatli natijalarga erishishni ta'minlamog'i kerak, ya'ni:

- *ishsizlar uchun* — mehnat bozorida malakasini oshirish, qayta tayyorgarlikdan o'tish orqali o'zining raqobatbardoshligini ta'minlash;

- *ish beruvchilar uchun* — birmuncha mos keladigan, kasbiy tayyorgarlikka ega ishsizlar zaxirasidan mustaqil ravishda tanlash imkoniyatining kengayishi;

- *ish bilan bandlik xizmati uchun* — qayta tayyorgarlikdan o'tgan ishsizlar va ularni yollovchi ish beruvchilar o'rtasida mehnat shartnomalarini tuzish bo'yicha maqbul natijalarga erishish, bo'sh ish joylarini malakali kadrlar bilan to'ldirish, ish joyiga qabul qilingan ishchilarni uzoq muddatga mustahkamligini

ta'minlash, ishsizlik darajasining kamayishi, ishsizlik davomiy-
ligining qisqarishi, ish joylarini band qilish darajasining oshishiga
erishishni ta'minlashdan iborat.

Ish bilan bandlikning faol tadbirlariga qilinadigan xarajatlar
shuni ko'rsatadiki, har bir so'm qilinadigan sarflarning qaytimi
1,1—1,2 so'm samara beradi¹, shunday summaga ishsizlarga
ijtimoiy to'lovlar uchun qilinadigan xarajatlarning kamayishiga
olib keladi.

Aholining ish bilan bandligini ta'minlashda bu yo'nalish
bo'yicha quyidagi tadbirlarni amalga oshirish zarur: davlat ish
bilan bandlik xizmati tarkibida xodimlarni kasbga yo'naltirish
va psixologik qo'llab-quvvatlash bo'limlarini tashkil etish; kasbga
yo'naltirishni psixologik jihatdan qo'llab-quvvatlash bo'yicha
ilmiy asoslangan dasturlarni ishlab chiqish; bu yo'nalish bo'yicha
yetuk mutaxassislar va psixologlarni jalb etish; ishsizlarni kasbga
yo'naltirish bo'yicha psixologlar maslahatini berish va boshqalar.

Mehnat bozori oqilona shakllanishining asosiy va hal qiluvchi
sharti — mehnat resurslari bilan ish joylari o'rtasidagi o'zaro
mutanosiblikni ta'minlashdir.

Mamlakatimizda mehnatga layoqatli aholini ish bilan ta'min-
lash qancha dolzarbligini to'la tasavvur qilish uchun demografik
vaziyatga bir nazar tashlaylik. Bizda aholining tabiiy o'sishi
keyingi yillarda biroz sekinlashganiga qaramasdan, hamdo'stlik
mamlakatlari orasida eng yuqoriligicha saqlanib turibdi. Keyingi
yillarda, respublikamizda aholining o'sishi o'rtacha 1,5 % ni
tashkil etmoqda. Bu esa, mehnat resurslarining mutanosib ravishda
o'sishiga olib kelmoqda.

Ish bilan bandlik xizmatining ish bilan bandlik sohasidagi
asosiy yo'nalishlari bo'yicha faoliyati holatining natijalari shuni
ko'rsatadiki, mehnat bozorini tartibga solishda faol ish bilan bandlik
siyosati quyidagi masalalarni hal etishga qaratilmog'i zarur:

1. Bozor iqtisodiyoti talablariga muvofiq ishchi kuchi sifatini
oshirishda ish bilan band bo'lmagan aholi va ishsiz fuqarolarni
kasbga tayyorlash va qayta tayyorlash tizimini rivojlantirish;

2. Ishchi kuchini kasbga yo'naltirish va psixologik qo'llab-
quvvatlash tizimini rivojlantirish;

3. Ishdan ozod etilgan ishchilarni ishga joylashtirish va qayta
tayyorgarlikdan o'tishi bo'yicha dasturlarni ishlab chiqish;

¹ Tadqiqot natijalari asosida hisoblangan.

4. Aholining ish bilan bandligiga ko‘maklashish bo‘yicha axborot xizmati ko‘lamini kengaytirish;

5. Ish beruvchilarning talablariga yo‘naltirilgan holda boshlang‘ich, o‘rta va oliy ta‘lim tizimlarini takomillashtirish;

6. Ish beruvchilar uchun maslahat xizmatlari tashkil etish;

7. Ishchi kuchining taklifini ish beruvchilar talabiga muvofiq lashtirish.

O‘qish jarayonidan mehnat faoliyatiga o‘tish davrida yosh mutaxassislar qiyinchiliklarga duch kelishadi, bularga: ish tajribasining yetarli emasligi, moslashish davri qiyinchiliklari, kasbiy shakllanish, o‘z qobiliyatlarini namoyon qilish. Bu esa, o‘z navbatida, ularga ishga joylashishga ko‘maklashish masalasiga ham o‘zgacha nazar bilan qarashga sabab bo‘lmoqda. Bunda bitiruvchi hamda ish beruvchi o‘rtasida nafaqat oddiy mexanik vositachi, balki hozirgi zamon talablariga javob beradigan mavjud muammolarni hal etadigan zamonaviy tizim yaratilishi lozim.

O‘quv yurti va ishlab chiqarish aloqalarini mustahkamlashning eng maqbul usullaridan biri — bu o‘quv yurtlari qoshida korxonalar tashkil etishdir. Ushbu korxonalar va firmalarning maqsadlarida quyidagilar belgilanishi lozim:

- talabalarning malakali rivojlanishi hamda korxonalar va tashkilotlar uchun tashkiliy shart-sharoitlar yaratish;

- talabalarda jamoalarda ishlash amaliyotiga tayyorgarlik ko‘rishi va ish o‘rinlariga moslashib ketish jarayoni asoratsiz bo‘lishi uchun real biznes sharoitlarini yaratish;

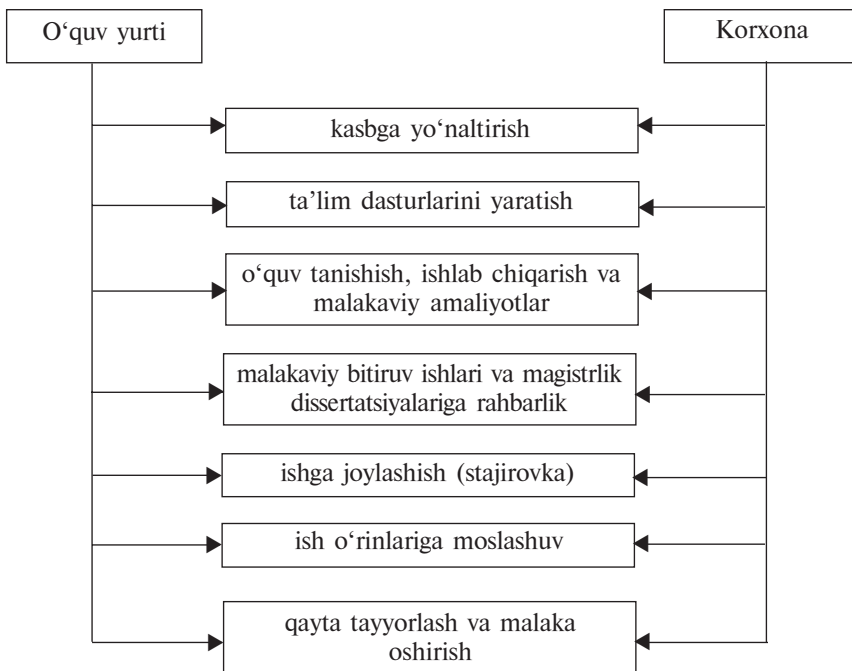
- talabalar tomonidan orttirilib boriladigan amaliy mahoratlari o‘qish davomida hisobga olib borilishi.

O‘quv yurti va buyurtmachi korxonalar o‘rtasidagi aloqalar va ularning maqsadlari muvofiqligi chizmasi 9.3-rasmda keltirilgan.

Keyingi vaqtda mutaxassislar tayyorlashda korxonalar tomonidan maqsadli buyurtmalar berish ham amaliyotga kiritilmoqda. Maqsadli mutaxassislar tayyorlashdagi asosiy bosqichlar quyidagilardan iborat bo‘ladi:

- o‘quvchilar orasida kasbga yo‘naltirish ishlarini olib borish;

- talabalarga tanlov fanlarini o‘qitishda korxonalar uchun kerakli kurslarni o‘qitish, korxonalarda universitet kafedralarining filiallarini tashkil qilish va ularga shu korxonalarining tajribali xodimlari tomonidan dars o‘tishlarini tashkil qilish, amaliyotlarini shu korxonalarda o‘tkazishni tashkil qilish;



9.3-rasm. O'quv yurti va korxonona maqsadlari mosligi.

- bitiruv ishlari va magistrlik dissertatsiyalarining ham shu korxonalarda bajarilayotgan ishlarga yaqin mavzularda bajarilishi va ularni shu yo'nalishda ishga qabul qilish;

- kasbiy qayta tayyorlashda esa o'quv yurtlari va buyurtmachi korxonalar birgalikda yaratgan dasturlardan foydalanish.

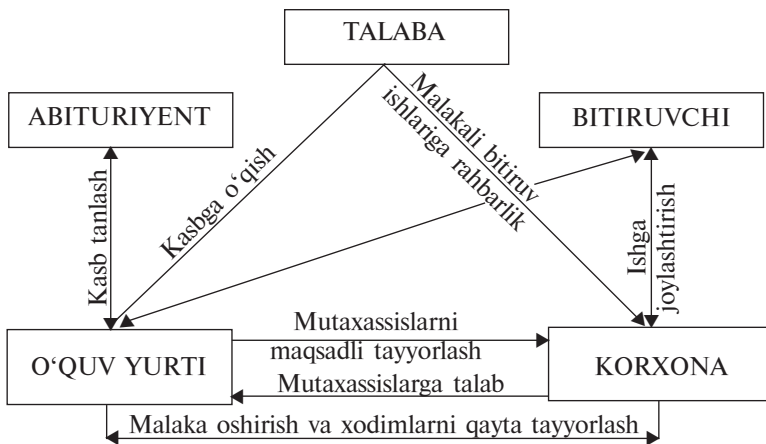
O'quv yurtlari va mehnat bozori o'rtasidagi aloqalarni mustahkamlash maqsadida quyidagilarni amalga oshirish taklif etiladi:

- mutaxassislarni tayyorlash davlat arizalari, asosiy iqtisodiy sektorlardagi talabni e'tiborga olgan holda amalga oshirish;

- o'quv yurtlari bitiruvchilarining ishga joylashish monitoringini amalga oshiruvchi mexanizm ishlab chiqish va hayotga tatbiq etish;

- o'quv yurtlari qoshida marketing tadqiqotlarini amalga oshiruvchi, bitiruvchilarga mehnat bozorida talabni o'rganuvchi xizmatni tashkil etish lozim¹.

¹ X.X. Брунер, Э. Тиллет. Высшее образование в Центральной Азии: задачи модернизации. Тематическое исследование на примере Казахстана, Таджикистана, Кыргызской Республики и Узбекистана. С. 178.



9.4-rasm. O'quv yurti va buyurtmachi korxonalarining o'zaro aloqalari.

O'quv yurtlarida mutaxassislar tayyorlash davlat ta'lim standartlariga, talabalarining va mehnat bozorining ehtiyojlariga bog'liq bo'lishi kerak. O'quv yurtlari faoliyatida uni bitirayotgan yosh mutaxassislarning mehnat bozorida o'z o'rinlarini topish yo'lida qilayotgan ish tajribalarini tahlil qilib, umumlashtirgan holda, ularning natijalarini barcha mehnat bozori va ta'lim xizmatlari bozori subyektlariga ma'lumot tariqasida yetkazib berishning mexanizmi yaratilishi zarur.

O'quv yurtlari va ishlab chiqarish sohalari o'rtasidagi o'zaro aloqalarning yangi tashkiliy usullaridan biri vasiylik kengashi hisoblanadi. Hozirgi kunda har bir o'quv yurtida vasiylar kengashi faoliyat olib boradi. Vasiylar kengashi bu ko'ngilli jamiyat, notijorat tashkilot bo'lib, muassasaga mutaxassislarni tayyorlash va qayta tayyorlash, ilmiy bazani rivojlantirish, talabalar o'quv yurti xodimlarini ijtimoiy himoyalash maqsadida ko'maklashish istagini bildirgan jamoatchi boshqaruv tashkilotidir.

Rivojlangan mamlakatlar tajribasiga e'tibor qaratadigan bo'lsak, o'quv yurtlari qoshida kasblarni rejalashtirish bo'limlari faoliyat ko'rsatadi. Ushbu bo'limlar talabalar bilan konsultatsiyalar olib borishadi, ijtimoiy so'rovlar va testlar olish yo'li bilan ularning kasbiy qiziqishlarini, bilimlarini aniqlaydi, ularni ish beruvchilar bilan bo'ladigan suhbatga tayyorlashadi hamda ularga ish bilan band bo'lishda ko'maklashishadi. Talabalarga ish izlash texnologiyalari, ish xatlarini va murojaatnomalarni to'ldirish, videotasma va o'yinlar ishtirokida suhbatni samarali o'tkazish bo'yicha semi-

narlar tashkil qilinadi, bo'sh ish o'rinlari yarmarkalari o'tkaziladi, kompaniyalar bilan bitimlar tuziladi, talabalarga bo'lg'usi kasbiy faoliyatida yuzaga keladigan amaliy ko'nikmalar tushuntiriladi.

Yosh mutaxassislar bandligi masalasi bilan shug'ullanuvchi ish bilan bandlik tashkilotlari quyidagi uch asosiy yo'nalishda ish olib borishadi:

- ma'lumotlarni to'plash hamda katta auditoriyalar bilan ishlash (xizmat pog'onalari kunlari, axborot bulletinlari va shu kabilar);

- aniq firma va fakultetlar bilan ish olib borish (bu firma yoki fakultet kuni bo'lishi mumkin);

- bevosita ish beruvchi bilan ish olib borishadi (bunga, bitiruvchilarni ishga olishi mumkin bo'lgan firmalarni qidirib topish va bitiruvchilarni kompaniyada bo'lishi ko'zda tutilgan suhbatga tayyorlash).

Ta'kidlab o'tilgan barcha usullar bitiruvchilar va ish beruvchilarning hamkorligi munosabatlarini jadallashtiradi. Bundan tashqari, ularning bevosita aloqasi u yoki bu yo'nalish bitiruvchilariga istiqboldagi talabni aniqlash va zarurat tug'ilganda o'zgartirishlar kiritish imkoniyati bo'ladi.

Ish o'rnini izlash usullari quyidagilarni tashkil etadi: birinchisi mustaqil ravishda ish o'rnini izlash, o'quv yurtining marketing bo'limlari va maxsus bitiruvchilar bandligi masalasi bilan shug'ullanuvchi kadrlar agentliklariga murojaat qilish; bo'sh ish o'rinlari yarmarkasi va xizmat pog'onalari kunlari. *eGraduate* dasturi tomonidan o'tkazilgan izlanishlarga ko'ra, yosh mutaxassislar bilan ish olib borishning besh usuli mavjud — bitiruvchilar dasturi, ishlab chiqarish amaliyoti dasturi, o'quv yurtida taqdimotlarni o'tkazish, bo'sh ish o'rinlari yarmarkalarida ishtirok etish va kompaniyalarda aniq ish o'rinlariga yosh mutaxassislarining tanlovini o'tkazish¹.

Chet mamlakatlarda eng ma'qul usul sifatida *Graduate program* (bitiruvchilar dasturi) e'tirof etiladi, chunki bu maxsus dasturlar talabalar bilan hamkorlikda ish olib boradigan agentliklar tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, ular o'quv yurtida ish beruvchilarning talabiga binoan bitiruvchi talabalar o'rtasida birinchi saralash bosqichini amalga oshiradi.

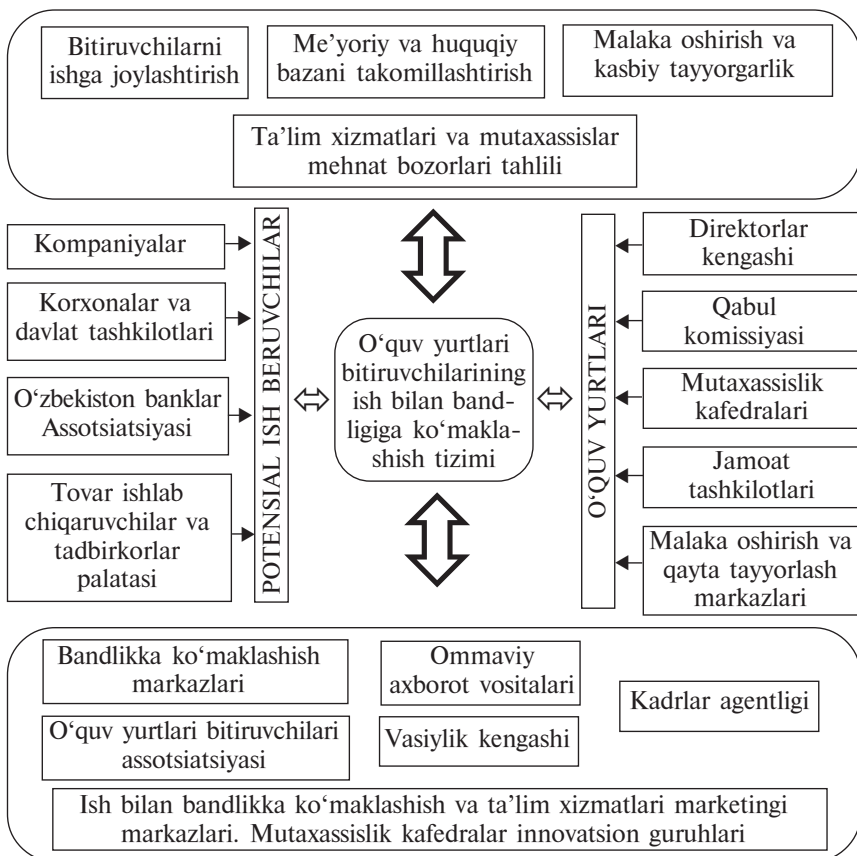
Bu ishlarning monitoringi natijasida istiqboldagi talabalar qabuli rejalarini aniqlash imkoniyati mavjud bo'ladi. Qolaversa,

¹ Manba www.e-Graduate.ru

mutaxassislar haqida viloyatning istiqboldagi rejalarini tuzishga erishiladi. Bitiruvchilarni ishga joylashtirishda ta'lim berish jarayonida ishtirok etgan barcha tuzilmalar hamkorlikda ish olib borishlari maqsadga muvofiqdir, o'quv yurti bitiruvchilarini ish bilan bandligiga ko'maklashishning hududiy tuzilmasini 9.5-rasmda umumlashtirildi.

Ish bilan bandlikka ko'maklashishda mutaxassislik kafedralari hamda talabalar birgalikda monitoringni amalga oshirish taklif etiladi. O'qitish jarayonida asosiy e'tibor talabalarning amaliy ko'nikmalarini oshirishga qaratiladi. Bularga:

- ta'lim dasturlariga bitiruvchilarning buyurtmachi korxonalaridagi ishlab chiqarish sharoitlariga moslashuv jarayonlarini tezlashtiruvchi tanlov va fakultativ fanlarni kiritish;



9.5-rasm. O'quv yurtlari bitiruvchilarini ish bilan bandligiga ko'maklashishning hududiy tuzilmasi.

- amaliyotning hamma turlarini o‘z mutaxassisligi bo‘yicha bo‘lg‘usi ish joylarida o‘tkazish, bitiruv ishlarini va kurs ishlarini buyurtmachilar talablari asosida amalga oshirish;

- potensial ish beruvchilar talablari asosida maqsadli-shartnoma asosida mutaxassislar tayyorlashni yo‘lga qo‘yish va boshqalar.

O‘quv yurtlarining eng ahamiyatga molik ko‘rsatkichlaridan biri — bitiruvchilarning ishga joylashishlari masalalari hisoblanadi. Shunday qilib, respublikamizda bu sohadagi amalga oshirilgan ishlarni tahlil qilgan holda biz yosh mutaxassislarni ishga joylashtirishning o‘ziga xos alternativ mexanizmini taklif qildik. Bu mexanizm talab va taklifning mutanosibligidan kelib chiqib, tizimning boshqaruvida davlatning o‘rni muhimdir. Bu mexanizmga asosan buyurtmachi korxonalarining talablari va o‘quv yurtlarining mutaxassislar tayyorlash takliflarining kelishuviga asosan kadrlar tayyorlash jarayoni Davlat budjetidan ta‘lim kreditlari ajratiladi. O‘quv yurtlarda o‘qishni istagan abituriyentlar to‘plagan ballari yuqoriligi ularning kelgusida haqiqiy ish o‘rinlari mavjudligi sharti bilan o‘quv yurtiga o‘qishga qabul qilinishi kerak.

Konkursdan muvaffaqiyatli o‘tgan abituriyentlar bilan uch tomonlama shartnomalar tuziladi, davlat budjetidan o‘qish davomida talabaga ketadigan xarajatlarni qoplash maqsadida ta‘lim kreditlari ajratiladi, o‘quv yurtlari yuqori salohiyatli, bilimli mutaxassislarni tayyorlashga, talabalar bilim olishga va o‘rnatilgan 3 yil muddatga ishga taqsimlangan joylarda ishlab berishga rozilik berib imzo qo‘yadilar. Bu shartnomada yosh mutaxassisga talablar, majburiyatlar, imtiyozlar ko‘rsatilgan bo‘ladi hamda ushbu muddat yakunlangach yosh mutaxassis davlat ta‘lim kreditlarini to‘liq qaytargan hisoblanadi.

Yosh mutaxassislarning ish bilan bandligini tahlil qilish o‘quv yurtlari ta‘lim xizmatlari bozorining kelajakdagi rivojlanishini istiqbollashtirish uchun muhim bo‘lib, o‘z o‘rnida mehnat bozoridagi munosabatlarni tartibga solish va hududdagi ta‘lim siyosatining asosiy yo‘nalishlarini asoslab beradi:

- yosh mutaxassislar kengashini tashkil qilish va ularga maslahatchilik vazifalarini topshirish;

- qishloq joylarida ishga joylashgan faol yosh mutaxassisliklarga imtiyozlar belgilash;

- qishloq tumanlarida 3 yildan ko‘proq ishlagan yosh mutaxassislarni o‘qishni keyingi bosqichlarida davom ettirishni kafolatlash.

O'quv yurtlari va buyurtmachilarning o'zaro munosabatlari strategiyasi, eng avvalo, mamlakatning iqtisodiy holati va davlatning ta'lim to'g'risidagi siyosatidan kelib chiqadi. Har bir o'quv yurti o'z tajribasiga ega, shu o'rinda ularning faoliyatini koordinatsiyalash ham davr talabiga aylanmoqda. Shuning uchun o'quv yurtlarida bitiruvchilarni ishga joylashtirish va ularning bandligini qo'llab-quvvatlash maqsadida quyidagi ikki bosqichdan iborat uch darajali tizimni taklif qilamiz (9.6-rasm).

Respublika darajasida:

1-bosqich. O'zR Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi, Iqtisodiyot vazirligi, Mehnat vazirligi.

2-bosqich. Bitiruvchilarning ishga joylashish muammolarini o'rganuvchi ilmiy-tadqiqot markazi.

Hududiy darajada:

1-bosqich. Mehnat hududiy boshqarmasi.

2-bosqich. Bitiruvchilarning ish bilan bandligini ta'minlash bo'yicha muvofiqlashtiruvchi kengash.

O'quv yurti darajasida:

1-bosqich. Oquv yurti ish bilan bandlikka ko'maklashish va kasbiy ta'lim xizmatlari markazi.

2-bosqich. Mutaxassislik kafedrası innovatsion ijodiy guruhi.

9.6-rasm. O'quv yurtlari bitiruvchilarining ish bilan bandligiga ko'maklashishning takomillashgan tizimi modeli.

Mahalliy darajaning birinchi bosqichini bitiruvchi ta'lim olgan mutaxassislik kafedralari tashkil qiladi. Bu bosqichda quyidagi ishlar amalga oshirilmoqda:

- kafedralarning respublika korxonalari, kichik va xususiy korxonalar bilan aloqalarini mustahkamlash;
- mehnat bozori konyunkturasi talablariga javoban mutaxassislik fanlar dasturlariga tezkor o'zgartirishlar kiritish;
- kafedralarda mavjud professor-o'qituvchilar jamoasi ta'lim dasturlarini hisobga olgan holda ish beruvchilar talablariga binoan qo'shimcha ta'lim xizmatlari, kurslar ochish.

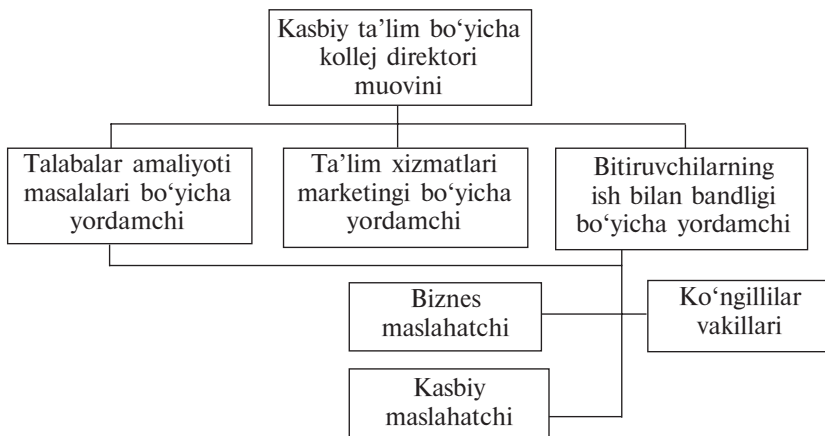
Respublikamizdagi kasb-hunar kollejarida bitiruvchilarning ishga joylashishlariga ko'maklashish kollej kasbiy ta'lim bo'limlariga yuklatilgan. Bu bo'limlar vazifalari bitiruvchilarning mehnat bozoridagi o'rni, bu yo'nalishdagi dolzarb muammolarni aniqlash, jamoa oldidagi vazifalarni rejalashtirish va amalga oshirishga qara-

tilgan bo‘lib, qator tashkiliy ishlarni bajaradi. Shu o‘rinda ta’kidlash lozimki, kasbiy ta’lim bo‘limlari bitiruvchilarni ishga joylashtirishning yangi shakllarini va ish o‘rinlari topishning innovatsion modellarini amaliyotga kiritishlari maqsadga muvofiqdir.

Mahalliy darajadagi ikkinchi bosqich, kasbiy ta’lim xizmatlari va ish bilan bandlikka ko‘maklashish markazlari bo‘lib, ushbu markazlarni mavjud kasb-hunar kollejaridagi kasbiy ta’lim bo‘yicha kollej direktori muovini bosh bo‘lgan «Kasbiy ta’lim bo‘limi» qoshida tashkil etish o‘rinlidir. Ushbu markaz bitiruvchilarni ishga joylashtirish sxemasini quyidagi tarzda tashkil etishi maqsadga muvofiqdir:

- mehnat bozorida marketing tadqiqotlarini o‘tkazish;
- ishlab chiqarish amaliyotlari va maqsadli tayyorlashga shartnomalar tuzish;
- mutaxassislik kafedralari o‘z mutaxassisligi bo‘yicha mehnat bozorini o‘rganishi va bitiruvchilarga ehtiyoj haqidagi ma’lumotlarni ushbu markazlarga yetkazish;
- talabalarning o‘qish davrida va ishlab chiqarish amaliyotlarini o‘tash davrlarida o‘zlarining bo‘lajak ish joylarini aniqlashga ko‘maklashish;
- ish o‘rinlarini tanlash mutaxassislik va kasbiy salohiyatiga mos holda amalga oshirilishi lozim.

Taklif etilayotgan markazlar (9.7-rasm) tuzilmasida biznes maslahatchisining o‘rni judayam muhimdir. Bugungi kundagi maqsadimiz, yosh mutaxassislar o‘zini o‘zi ish o‘rinlari bilan



9.7-rasm. O‘quv yurti qoshidagi kasbiy ta’lim xizmatlari va ish bilan bandlikka ko‘maklashish markazlari tashkiliy tuzilmasi.

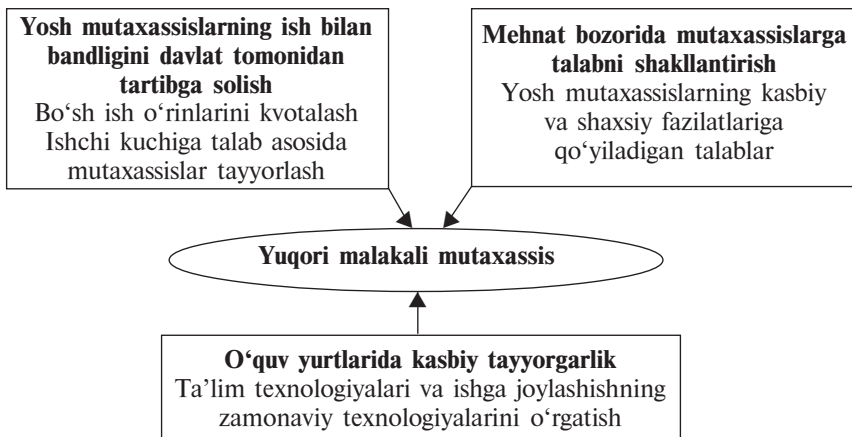
band qilishidir, tadbirkorlik faoliyatini boshlagan bitiruvchilar nafaqat o'zlari, balki tengdoshlari uchun ham qo'shimcha ish o'rinlarini yaratadilar. Ushbu tuzilmada vakillar — bu maxsus tayyorgarlik va sinovlarda saralangan, o'quv yurti o'quvchi-talabalari hisoblanib, ularning asosiy vazifasi tengdoshlariga kasb tanlash masalasida maslahatlar berishi, taqdimotlar o'tkazishi, bandlik markazlari bilan aloqalarni mustahkamlashga xizmat qilishidir.

Hududiy darajada yuqoridagi ishlarning monitoringi natijasida qanday mutaxassisliklar bo'yicha, qancha miqdorda talabalar qabul qilishi kerakligi aniqlanadi va qabul rejaları tuziladi. Qolaversa, mutaxassislarga ehtiyoj haqida hududiy istiqbol rejalarini tuzishga erishiladi.

Bu darajada yosh mutaxassislarga ijtimoiy yordam ko'rsatish uchun hududlardagi hamma tashkilotlarning faoliyatlarini bir tizimga solish, ya'ni koordinatsiyalashtirish, bitiruvchilarni ishga joylashtirishning ta'lim, axborot va ijtimoiy texnologiyalarini yaratish, bitiruvchilarni ishga joylashtirishga yordam berayotgan tashkilotlarni moliyaviy ta'minlashni amalga oshiradilar.

Eng yuqori uchinchi darajada o'quv yurtlari bitiruvchilarini ishga joylashtirish davlat tomonidan boshqariladi. Davlat standartlarida o'quv rejalariga qator yangi tanlov fanlarining kiritilishi natijasida buyurtmachi korxonalar bilan aloqani yaxshilashga, amaliyotlarni ularda o'tkazishga va mehnat bozoriga moslashgan mutaxassislar tayyorlashga erishiladi. Yosh mutaxassislarning ish bilan bandligini boshqarish ularning o'z mehnat qobiliyatini to'liq namoyon qilishi uchun munosib ish o'rinlariga ehtiyojini va jamiyatning ishchi kuchiga bo'lgan talablarining mosligini ta'minlashdan iboratligidan kelib chiqib, yosh mutaxassislarni ishga joylashtirishni boshqarishda quyidagi tamoyilni taklif qilamiz (9.8-rasm).

Bundan maqsad, yosh mutaxassislarni ma'naviy yetuk va yuqori malakali qilib tarbiyalash bo'lib, u, asosan, ikki omil, yosh mutaxassislar ish bilan bandligining davlat tomonidan boshqaruvi va mehnat bozorida mutaxassislarga talabni shakllantirish asosida yuzaga chiqadi. Barcha o'quv yurtlari yosh mutaxassislarning ish bilan bandligini ta'minlash uchun ta'limni davr talablariga moslashtirishi, bitiruvchining ta'limdan keyingi ish joylariga moslashish davrini qisqartirishi, ularga nafaqat nazariy bilimlar, balki iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida haqiqiy ishlab chiqarish faoliyati bilan tanishtiruvchi amaliy



9.8-rasm. Yosh mutaxassislarni ishga joylashtirishning tamoyillari.

bilimlarni berishi, bitiruvchilarga o'qishni tugatishi bilanoq ish topish imkoniyatlarini yaratishlari zarur.

Yoshlarning salohiyatidan foydalanmaslik kelajakda ishchi kuchi sifatini yo'qotishga olib kelishi mumkin. Respublikada kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish yo'lida salmoqli ishlar amalga oshirilmoqda, shu o'rinda yosh mutaxassislarni ham tadbirkorlikka keng jalb qilish asosiy vazifalarimizdan biridir. Shularni hisobga olgan holda bandlik markazlari mutaxassislari talabalar o'rtasida «O'z biznesingni boshla» turkumidagi seminarlarni keng ko'lamda tashkil qilinishi maqsadga muvofiqdir. Ularga tadbirkorlikni boshlash uchun amaliy ko'maklashish lozim: biznes-reja tuzish, bozorni o'rganish va o'z ishini boshlash uchun dastlabki kapitalni topishga ko'maklashish zarur.

9.4. Ish izlash texnologiyasi. Axborot bilan ishlash sohasidagi vakolatlar

Mamlakat iqtisodiy rivojlanishining davriyligi ishlab chiqarish jarayonini yangilash, modernizatsiyalash hamda qayta shakllantirilishi doimiy tarzda ishchi kuchini miqdor va sifat jihatidan yangilab borishni talab etadi.

Bunday holatda har qanday korxonalar va tashkilot doimiy ravishda kadrlarga ehtiyoj sezadi. Bunga bir qator omillar, ya'ni bozoriy, texnologik, malaka, tashkiliy, ish bilan bandlik sohasida davlat siyosati kabi omillar ta'sir ko'rsatadi. Xorijiy mamlakatlarning ba'zi korxonalari va firmalarida yollanadigan ishchi

kuchi uning ish joyiga mos kelishi, balki uning firma urf-odatlarini, an'analari ham mos kelishi ham e'tiborga olinadi. Shuning uchun hozirgi kunda ba'zi korxonalar va firmalarda ishchi kuchini ishga yollashda uning atrof-dagilar bilan muomala qilishi, kasbiy mahorati, nutq madaniyati kabi sifatiiy jihatlari ham e'tibor berilmoqda. Hozirgi kunda kadrlarga bo'lgan ehtiyoj personalni jalb qilish muhim vazifa qilib qo'yilmoqdaki, uning yechimi quyidagi bir qator masalalarni hal etishni talab etadi. Bular quyidagilar:

- ishchi kuchini jalb qilish strategiyasini ishlab chiqish va uni umumtashkilot strategiyasiga muvofiq lashtirish;
- jalb qilish variantini tanlash (muddati, usuli, manbayi, uslublari);
- bo'lajak xodimlarni ishga qabul qilish talablari, hujjatlar shakli, qabul qilish uslublarini belgilash;
- ish haqi darajasi, xodim mehnati motivatsiyasi va uning xizmat pog'onalaridagi o'sishini belgilash;
- xodimlarni jalb qilish bo'yicha amaliy harakatlarni amalga oshirish.

Yuqoridagi maqsad va vazifalarni amalga oshirish xodimlarni tanlab olish aniq tartib-qoidalar asosida bajarilishi lozim. Tanlab olish jarayoni yaxshi yo'lga qo'yilgan bo'lishi, hujjatlashtirish esa muayyan tartib-qoidalar, yo'riqnomalar asosida amalga oshirilishi zarur. Xodimlarni tanlovchi va ularni ishga qabul qilish bo'yicha qarorlarni o'z ish joylariga layoqati, kasbiy-malaka darajasi haqida to'liq tasavvurga ega bo'lishi kerak.

Korxonalar va tashkilotlarda kadrlarga bo'lgan ehtiyojni qondirish, ish joylarini band qilishi uchun xodimlar zaxirasini shakllantirish, ularni tanlash jarayoni orqali amalga oshiriladi. Bu yo'l bilan ish joylariga haqiqiy mos keluvchi nomzodni tanlab olish mumkin. Har bir korxonalar va tashkilotlarda mansabga ko'tarish, ish joylarini band qilish uchun esa kadrlar tanlovini amalga oshirish kerak.

Nomzodlarni tanlab olish jarayoni korxonalar ichidan hamda korxonalar tashqarisidan ularga qo'yiladigan talablar va zaruriy xarajatlar miqdorini inobatga olgan holda amalga oshirilishi lozim. Nomzodlarni tanlab olish uslubi faol va passiv bo'lishi mumkin. Nomzodlarni tanlab olishning faol uslubi, asosan, mehnat bozorida ishchi kuchiga talab taklifga nisbatan yuqori bo'lgan holatlarda qo'llaniladi. Faol uslublardan biri — xodimni

jalb qilishdir. Xodimni jalb qilishda, birinchi navbatda, u bilan aloqani yo'lga qo'yishga e'tiborni qaratish kerak.

Xodimni jalb qilish bilvosita, ya'ni korxonaning obro'sini jonlantirish orqali va bevosita tarzda bo'lishi mumkin. Xodimlarni bevosita jalb qilish:

- o'quv yutlarida;
- raqobatchilarda;
- davlat ish bilan bandlik xizmati markazlarida;
- yuqori malakali xodimlar bilan ishlaydigan kompaniyalarda;
- ishlovchi xodimlarning shaxsiy aloqalari yordamida;
- davlat ish bilan bandlik xizmati tomonidan tashkil qilingan bo'sh ish joylari yarmarkalarida amalga oshirilishi mumkin.

Personalga ehtiyojni qondirishning passiv uslublari mehnat bozorida talabga nisbatan taklif yuqori bo'lgan holatda qo'llaniladi. Ularga ichki va tashqi ommaviy axborot vositalariga e'lonlarni joylashtirishni kiritish mumkin. Ishga qabul qilish bo'yicha e'lonlarda tashkilot haqida ma'lumot, mansab tasnifi, nomzodlarga qo'yiladigan talablar, haq to'lash tizimi, imtiyozlar, tanlab olishning o'ziga xos xususiyatlari, korxonaning manzili va aloqa telefonlari keltiriladi.

Kadrlarni tanlab olish bo'yicha e'lonlar televideniye, radio va matbuot nashrlariga beriladi. Ommaviy axborot vositalarini tanlashda auditoriyani qamrab olish darajasi, sarf-xarajatlar miqdori va axborotlarning manzilliligi hisobga olinadi. E'lonlar tashkilot haqida ijobiy fikrlar bilan bir qatorda aniq, qisqa, haqqoniy, qiziqarli va qonunlar doirasida bo'lishi kerak. Shuningdek, zaruriy mutaxassislarni ariza berishga undash lozim. Korxonaning va tashkilotlarga bevosita murojaat qilgan kishilarga ish joylari haqida qo'shimcha ma'lumot tavsiya etiladi. E'lonlar bo'yicha murojaat etganlarning miqdor va sifat tarkibi sinchiklab tahlil etiladi. Agarda ularning tarkibida korxonaga uchun zarur mutaxassisga ega bo'lmasa, u holda ikkinchi marotaba e'lonlar beriladi yoki nomzodlarga qo'yilgan talablar birmuncha yengillashtiriladi.

Kadrlarni jalb qilishning passiv uslublaridan yana biri, o'z xizmatini taklif etuvchilarni kutishdir. Buning uchun maqsadli tadbirlarni amalga oshirish shart emas. Bu uslubning salbiy tomoni shundaki, o'z xizmatini taklif etuvchilar ko'p hollarda korxonaning talablariga javob bermasligi yoki mutaxassis sifatida darajasi past bo'lishi mumkin. Korxonaning xodimlarga bo'lgan ehtiyojini qondirishning ichki yoki tashqi manbalaridan qaysi

birini tanlash vujudga kelgan holat xususiyatlariga bog‘liq. Ularning har birining ustun tomonlari va kamchiliklari mavjud.

Shunday qilib, korxonalarni tanlash bo‘yicha ishlar o‘z ichiga quyidagilarni oladi:

- ichki va tashqi mehnat bozorini o‘rganish;
- personalni jalb qilish;
- personalni tanlash.

Inson hattoki, u ish joyiga ega bo‘lsa ham doimo yangi ish joyini qidirishga harakat qiladi. Agarda xodimning ish joyi uni to‘liq qoniqtirsa, u holda xodim har qanday taklifni rad etadi. Agar ish joyi uni qoniqtirmasa, ya’ni jamoadagi muhit yomonlashsa, u holda xodim unga taklif etilgan joyga ketib qoladi. Shunday qilib, xodim karyerasini rejalashtirishni ikki tomonlama qarash mumkin: xodim va tashkilot tomonidan.

Korxonaga uchun — bu personalga ehtiyojini rejalashtirish, xodimlar shaxsiy va kasbiy jihatlarini baholash, mehnat salohiyatini baholash, personalni qo‘llab-quvvatlash dasturi va firma ichida o‘qitish bo‘yicha kadrlar siyosatidir. Xodim uchun — bu tayyorlash va qayta tayyorlash, kasbiy va firma ichida karyerani rejalashtirish, tashkilotda gorizontal, vertikal va markaziy jadal sur‘atlar bilan rivojlanish o‘rtasidagi tanlov, nafsoniyat va ehtiyojlarni qondirishdir.

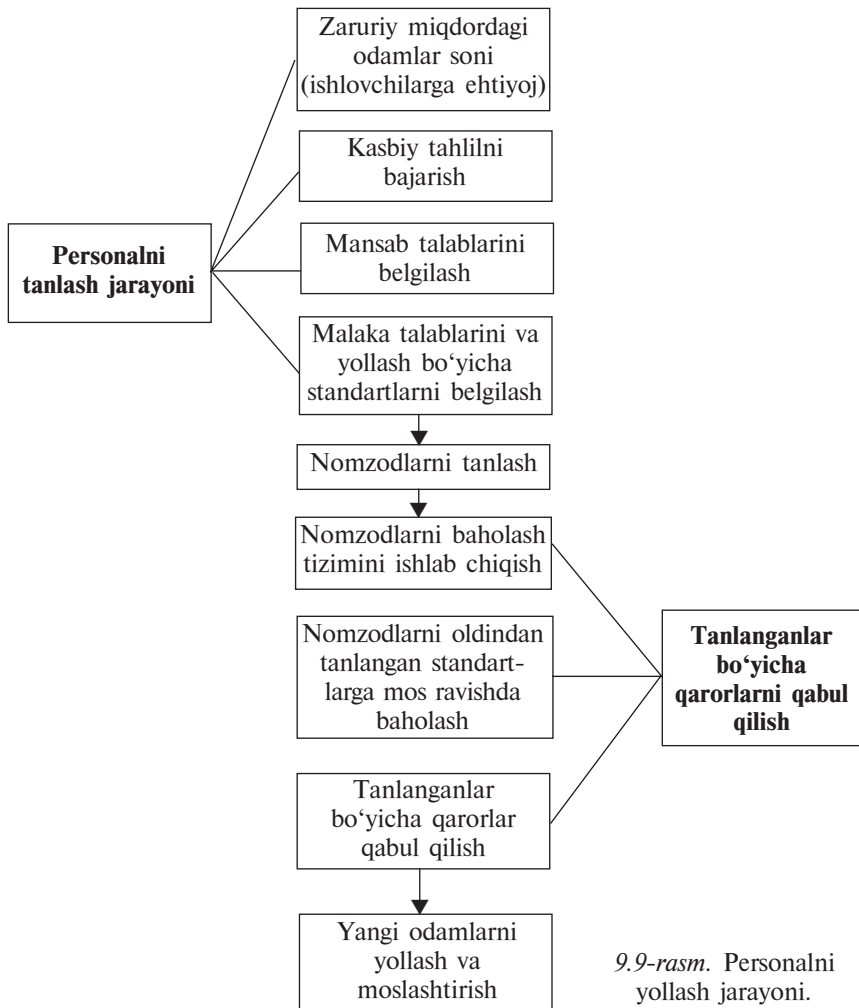
Tashkilot va alohida xodim manfaatlari uyg‘unligida shunday ish joyi (yoki mansab) paydo bo‘ladiki, uni egallab turgan xodim o‘zining kasbiy mahoratini va shaxsiy imkoniyatlarini to‘liq ro‘yobga chiqaradi hamda tashkilot manfaati uchun xizmat qiladi. Bu maqsadga erishishda korxonaga personalni boshqarish xizmati va ish bilan bandlik xizmatining roli kattadir. Ular ikki tomon ehtiyojlari va imkoniyatlarini belgilashga hamda uyg‘unlashtirish qobiliyatiga ega. Olib borilgan ijtimoiy so‘rovnoma natijalariga ko‘ra, ishsizlarning deyarli 90 % i yaxshi ishga joylashishga umid qilishadi.

Yaxshi ish — bu qiziqarli va uning qobiliyatiga mos, unga zaruriy daromad beruvchi hamda uning ish joyini yo‘qotishdan qo‘rqmasligini va jamiyat e’tirofini ta’minlovchi kuchga ega bo‘lishidir. Hozirgi davrda har bir xodim (ishchi) mehnat bozorida o‘z layoqati, qobiliyati, kasbi va malakasiga mos bo‘lgan ish joyini topishi mumkin.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarishning dinamik rivojlanishi ishlovchilarning doimiy harakati, ularning ish bilan

bandlik darajasining oʻzgarishi bilan bogʻliq. Bu holat tashkilotlarga personalni yollash masalalarini chuqur qarab chiqishni talab etadi.

Personalni ishga qabul qilish — bu tashkilot uchun zarur boʻlgan, bir qator sifat jihatlariga ega boʻlgan nomzodlarni jalb qilish uchun harakatlar majmuyi boʻlib, bunda tashkilot oʻzining strategik maqsadiga erishishga harakat qiladi. Personalni ishga qabul qilish jarayoni quyidagicha boʻladi (9.9-rasm).

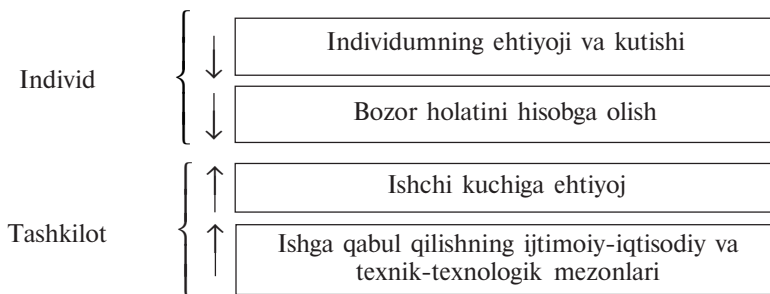


9.9-rasm. Personalni yollash jarayoni.

Ishga qabul qilish jarayonida bir muhim holatni, yaʼni ishga yollovchilar u yoki bu tashkilotda biron-bir mansabni tanlab, oʻz maqsadlarini amalga oshirishga intiluvchi insonlar bilan

ishlashadi. Xuddi shuningdek, ishga qabul qiluvchi menejerlar ham (kadrlar bo'yicha menejerlar) nomzodlarni tanlab olishda o'z maqsadlarini (korxonada maqsadini) ro'yobga chiqarishga intilishadi. Shunday qilib, ishga qabul qilish jarayoni ikki tomonlama talablar, ya'ni ish beruvchi va ishga yollanuvchilar talablarining uyg'unlashuvi orqali amalga oshadi.

Ammo bu jarayonda ishga qabul qilish talablari ustuvor ahamiyatiga ega bo'lib, yollanuvchining kasbiy va malaka ko'nikmasi ish beruvchi talablariga mos kelishi shart. Chunki tashkilot yollanuvchiga ma'lum daromadni olishga imkon beruvchi, kafolatlangan ish joylarini taklif etadi. O'z navbatida, yollanuvchi ham o'z bilimi va qobiliyatini taklif etishi bilan birgalikda, o'zining minimal talablarini amalga oshirishga harakat qiladi. Agar ularning talablari qisman bo'lsa ham bir-biriga mos kelsa, ularni ro'yobga chiqarish zarurdir. Ishga qabul qilish jarayoni ikki tomonlama ham yon berishni talab etadi. Ishchi kuchi va tashkilot o'rtasida ishga yollash jarayonining o'zaro bog'liqlikdagi harakati 9.10-rasmda keltirilgan.



9.10-rasm. Qabulning dastlabki bosqichida ishchi kuchi va tashkilot o'rtasidagi o'zaro munosabat.

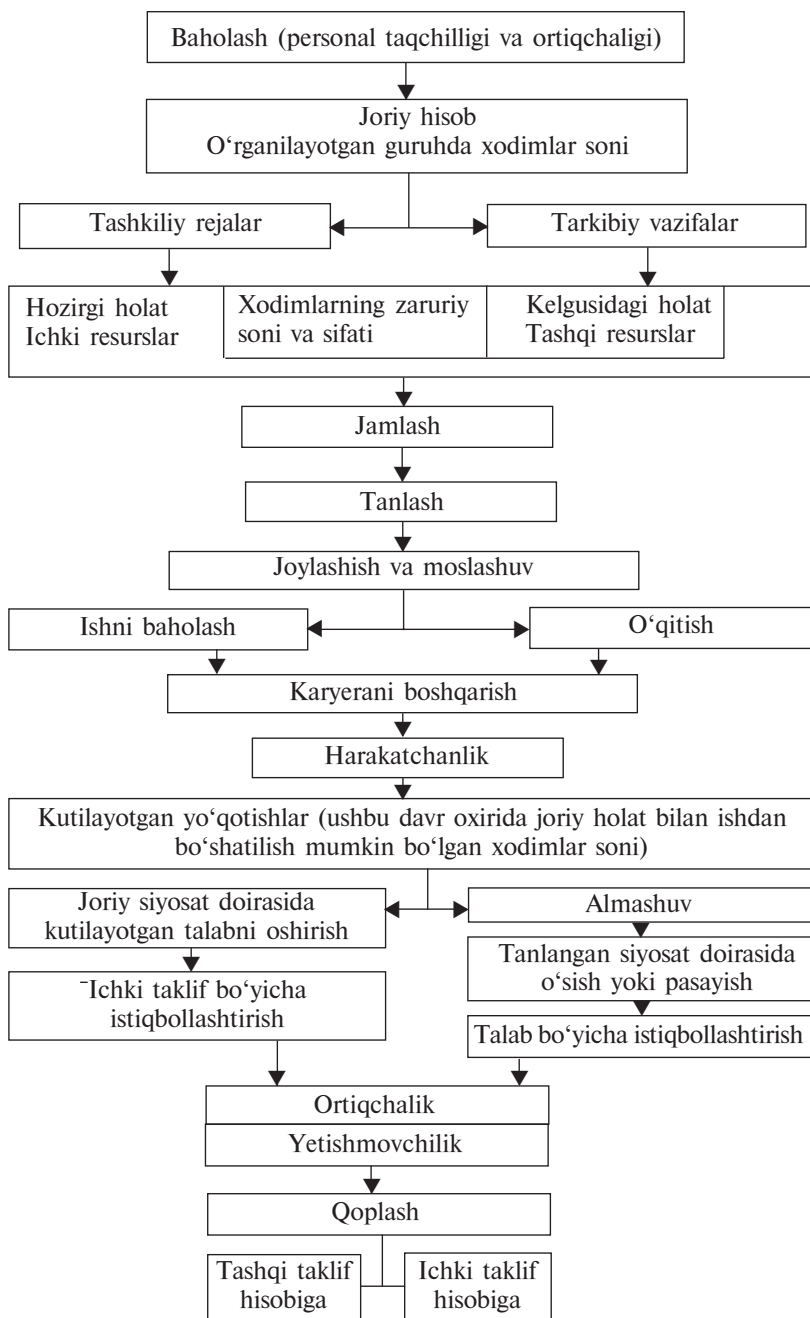
Bu o'zaro bog'liqlikdagi harakat bozor iqtisodiyotining O'zbekistonda rivojlanishi sharoitida birmuncha transformatsiyaladi. Mustaqillikning dastlabki yillarida ish beruvchi tashkilotlar tomonidan yollanuvchilarni ishga joylashgandan so'ng uni o'qitish, ijtimoiy himoyalash kabilar ancha kam uchraydigan holat bo'lgan. Xodimlar bilan munosabatlar «biz senga ish berdik, ishlasang yaxshi, ishlamasang katta ko'cha» tamoyili asosiga qurilgandi. O'zi uchun ishlaydiganlar uchun ham yoki tashkilot uchun ishlaydiganlar uchun ham biron-bir kafolatni berish (yoki topish) mushkul bo'lgan. Ish beruvchilar o'z bizneslarining norentabel

bo'lishidan qo'rqib, xodimlari haqida o'ylashmagan, xodimlar esa korxonaga kelajagiga befarq munosabatda bo'lishgan. Ammo bozor munosabatlarining rivojlanib borishi iqtisodiyotdagi ijtimoiy, texnik, texnologik va tarkibiy qayta o'zgarishlar asta-sekinlik bilan ko'proq yuqori malakali mutaxassislarni talab qila boshladi hamda ularga qo'yiladigan talablar ham oshib bordi. Xodimlar nafaqat ishga qabul qilish jarayonida o'rganildi (ularning qobiliyati baholandi), balki keyinchalik ularning faoliyati natijalari bilan ham baholanib borildi. Ayniqsa, ularni baholashning obyektiv shakllari keng qo'llanilib borildi. Masalan, korxonaga (yoki tashkilot) xodimlarini attestatsiyadan o'tkazish.

Boshqa tomondan, korxonaga tomonidan xodimlarga nafaqat moddiy rag'batlantirish (pul shaklida), balki qulay ish o'rni, yaxshi ish sharoiti, dam olish, xizmat pog'onalaridan o'sish uchun ham imkoniyatlar yaratib berila boshlandi. O'zining kasbiy darajasi haqida o'ylaydigan har qanday xodim, o'z tashkilotida o'zining mehnat karyerasini shakllantirishni oldindan rejalashtirib borish imkoniyatiga ega.

Bozor iqtisodiyoti rivojlanishi sharoitida korxonalarining rivojlanishi ko'proq davriy xarakterga ega bo'ladi. Bunday davriy rivojlanish sharoitida korxonaga (tashkilot) personalini shakllantirish 9.11-rasmda keltirilgan. Uning maqsadi — tashkilot tomonidan ishlovchilarga qo'yilgan talabga, yollanadigan ishchining shaxsiy sifatijihatlarining mos kelmasligi bilan izohlanadigan yo'qotishlarni minimum darajaga keltirish hisoblanadi. Shunday qilib, ishga qabul qilish jarayoni — bu ikki subyektning, ya'ni ish beruvchi (sotib oluvchi) va xodimning (sotuvchi) o'ziga xos munosabatidir.

Tashkilotda ishga qabul qilish siyosati firma tomonidan o'z qadr-qimmatini belgilovchi tizim bo'lib, bu tizim uning ta'siri va hokimiyatini saqlab qolish hamda firmaning qadr-qimmatini yaratuvchi, uning maqsadini belgilovchi va siyosatini shakllantiruvchi firma boshqaruv tizimidagi ma'lum shaxslar guruhi tomonidan qo'yilgan maqsadni amalga oshirish usulidir. Shuning uchun ham, masalan, ba'zi ish beruvchilar oilali ishchilarni ishga qabul qilishga intilishadi, ba'zilari bo'ydoqlarni, ba'zilar esa erkaklar (yoki ayollar)ni ishga qabul qilishadi. Ammo har qanday holatda ham ishga qabul qilishda eng muhim jihat — bu nomzodning yoshi hisoblanadi. Ish beruvchilar ko'p hollarda 40 yoshdan oshmaganlarni ishga qabul qilishadi.



9.11-rasm. Davriy rivojlanish sharoitida tashkilot personalining shakllanishi.

Ko'p hollarda ishga qabul qilish siyosati va tanlab olish shartlari diskriminatsion tavsifga ega bo'ladi, bu ishning xususiyati unga qo'yilgan talablar bilan uzviy bog'liq.

Ba'zi tashkilotlarda olib borilayotgan ishga qabul qilish siyosati nomzodlarni ishga qabul qilish jarayoniga kuchli ta'sir ko'rsatadi. Bunda tashkilotda band bo'lgan xodimlarning mansab pog'onalaridan yuqorilab borish siyosati misol bo'la oladi. Amaliyotda bu holat yangi ishga qabul qilinayotganlarning, asosan, eng past mansablarga qabul qilinishida namoyon bo'ladi. Bu holat eski xodimlarni mansab pog'onalaridan tez o'sib borishini kafolatlaydi. Ko'pchilik tashkilotlarning kadrlar bilan ishlash xodimlari shunday siyosatni yuritishni afzal ko'rishadi. Shunday ekan, personalni yollashga yondashuvlar samaradorlik mezonlari bilan bog'liq kadrlar siyosati turini aniqlaydi:

- korxonaga bo'limlarining kadrlar xizmati bilan hamkorligi darajasi;
- bo'linmalarning kadrlarni tanlash bo'yicha talabnomalar bajarilishining o'rtacha vaqti;
- kadrlar qo'nimsizlik darajasi;
- ishlab chiqarishga moslashish darajasi;
- ishlovchilarning miqdori va sifati bo'yicha taklif hamda muam-molarini muhokama etishning o'rtacha vaqti;
- kadrlar siyosati realizatsiyasi bo'yicha takliflar samaradorligi.

«Kadrlarni sotib ol» siyosatining asosida personalning tashqi imkoniyatlariga e'tibor qaratiladi. Sof ko'rinishda bu siyosat firma tomonidan kadrlarni qayta tayyorlash uchun sarf-xarajatlarni talab etmaydigan tayyor xodimlarni ishga qabul qilishni bildiradi. Ammo hozirgi davr xo'jalik faoliyati sharoitida bunday siyosat qoida tariqasida, asosan, ishchi kuchi bozoriga yo'naltirilgan. Hozirgi davr xo'jalik faoliyati sharoitida bu siyosat, odatda, o'z samarasini yo'qotadi. Ko'plab kasblarning o'ziga xosligi va tanqisligi, texnologik o'zgarishlarni uzluksiz o'zgartirishga bo'lgan ehtiyoj, mehnatni motivlashtirishning an'anaviy usullarining tugatilishi firmalarda personalga bo'lgan ehtiyojni qondirishning ichki mexanizmlarini yaratishga majbur etadi, ularning «kadrlarni tayyorla» siyosatiga amal qilishga undaydi. Bu siyosatning asosida personalni rivojlantirish, uni har tomonlama takomillashtirish yotadi, ya'ni kadrlarni o'qitish, qayta o'qitish, kasbiy malakasini oshirish, firmada xodimning kamol topib borishi kabilar.

Shuni e'tirof etish joizki, kadrlar siyosatining har ikki turi personalga bo'lgan ehtiyojni qondirish uslublari hamda kadrlarga

nisbatan muqobil strategiya hisoblanadi. Amaliy nuqtayi nazardan ularni bir-biriga qarama-qarshi qo'yish shartli o'lchov hisoblanadi. Demak, xodimlarni ishga yollash jarayoni firmaning barcha ishlovchilariga tegishli. Boshqa tomondan, har qanday qayta qabul qilingan xodim, ma'lum darajada tayyorgarlik ko'rishi, hech bo'lmaganda yangi mehnat sharoitlariga moslashishi lozim. Bundan tashqari, firma tomonidan u yoki bu kadrlar siyosatini tanlashdan qat'i nazar, xodimlar tarkibida hammavaqt tashqaridan qabul qilinganlar ham, firma ichida tayyorlangan xodimlar ham bo'ladi. Amaliyotda firma ehtiyojini qondirish bo'yicha amal qiladigan bu uslublarni qarama-qarshi qo'yib bo'lmaydi, balki personalni boshqarish siyosatini ishlab chiqish uchun u yoki bu uslubning afzalliklarini va kamchiliklarini yoxud boshqa uslubni asoslash maqsadga muvofiq bo'ladi.

Korxonada qanchalik yirik bo'lsa, uning mavqeyi shunchalik yaxshi bo'ladi. Mahsulot yoki xizmat ko'rsatuvchi firmaga ishga yollanishga taniqli nomzod mutaxassislarining ishga joylashishi imkoniyatlari yuqori bo'ladi. Ammo shuni ta'kidlash joizki, vaqt o'tib borishi bilan firma mavqeyi ham o'zgarib boradi. Masalan, ilgari avtomobil motorlari uchun yoqilg'i ishlab chiqaruvchi firmaning mavqeyi ancha yuqori bo'lgan, ammo ekologik muammolarning dolzarblashib borishi uni mutlaqo o'zgartirib yuboradi. Shuning uchun ham hozirgi avtomobil motori yoqilg'ini ishlab chiqaruvchi firmalar, o'z ramzi (mavqeyi)ni qayta tiklash uchun reklamaga katta e'tibor berishmoqda.

Shunday savol tug'iladi: «Qanday qilib firma siymosi ishga qabul qilish jarayoniga ta'sir ko'rsatadi?» Nomzodlar barcha korxonada ishga joylashishi uchun suhbatdan o'tishga vaqtlari yetishmaydi. Ularning ish qidirish uchun imkoniyatlari ham, vaqtlari ham yo'q, shuning uchun (nomzodlar), odatda, oldindan korxonani so'rab-surishtirishadi. Korxonaning mavqeyi — bu ishga kiruvchi nomzodlarning ijobiy yoki salbiy qarorlarini belgilovchi asosiy omil hisoblanadi. Umuman, tashkilotning nomzodga ko'rsatadigan talablari kamdan kam hollarda o'zgaradi, agar o'zgarsa, ishchi kuchi bozoridagi holatning o'zgarishi ro'y beradi.

Yuqorida ta'kidlab o'tilgan masalalarni aniqlashtirish quyidagi yo'llar bilan amalga oshiriladi:

- mehnat mazmunini tahlil qilish;
- ishning xarakterini yoritish (mansab yo'riqnomalari);

• personalga qo'yiladigan talablar bilan (ish tomonida qo'yiladigan talablar).

Mos keladigan xodimni yollash uchun, u ish vaqtida qanday vazifalarni bajaradi, bu ishning individual va jamoaviy tavsifi qanday ekanligini to'ralig'icha bilish kerak. Ushbu bilimlar ish mazmunini tahlil qilish orqali egallanadi.

Ish mazmunining tahlili — bu ish mazmunini tadqiq etish bo'yicha chuqur va tizimli tadqiqot jarayonidir. Ishning xarakteri nomzodning sifat ko'rsatkichlarining aniq tasavvurga ega bo'lishi juda muhimdir. Ko'p hollarda u personalni tanlashda to'lig'icha inobatga olinmaydi. Bunday tahlilni, turli xil usullarni qo'llagan holda olib borish mumkin. Agar bu oddiy ishga tegishli bo'lsa, u holda kuzatish yaxshi axborot manbasi bo'lishi mumkin. Ba'zi hollarda bevosita bajaruvchilar yoki ularning boshliqlari (brigadirilar) yordamiga murojaat etish mumkin. Ammo bunday tadqiqotda subyektiv omilning ta'siri kuchli, chunki insonlar har qanday mansab darajasida o'z ishining ahamiyatini haddan tashqari oshirib ko'rsatishga intiladi.

Mehnat bozorida nafaqat ish bilan bandlik xizmati o'z faoliyatini olib boradi. Bundan tashqari, bir qator boshqa tashkilotlar borki, ular ham mehnat bozorida ishtirok etadi hamda unga ta'sir ko'rsatadi. Bularga insonlarning malakasiga ta'sir qiluvchi kasb-hunar va oliy ta'lim muassalari, xodimlarning ishga joylashishiga ko'maklashuvchi tashkilotlar, qayta tayyorlash markazlari va boshqalar kiradi. Ish bilan bandlik xizmatini amalga oshiruvchi bu tashkilotlar mehnat bozori holatini kuzatib borib, uni tartibga solishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ular qanchalik muvaffaqiyatli amal qilsa, mehnat bozori umumiy tarzda samarali rivojlanadi.

Davlat ish bilan bandlik xizmati — bu budjet mablag'lari hisobiga faoliyat yurituvchi va ish beruvchilar hamda ishga yollanuvchilar uchun o'zining bepul vositachilik xizmatini amalga oshiruvchi maxsus tashkilotdir. Ular turli darajadagi va malakadagi ishlovchilarni ishga joylashtiradi. Bu tashkilotning hisobga turadigan xodimlarga qo'yadigan asosiy talabi, ular ishsiz bo'lishlari kerak.

Ular faoliyatining asosiy yo'nalishlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- 1) ishsizlarni ro'yxatdan o'tkazish;
- 2) vakant ish o'rinlarini ro'yxatdan o'tkazish;
- 3) ishga kirishni xohlovchi ishsizlar va boshqa shaxslarni ishga joylashtirish;

4) mehnat bozori konyunkturasini o'rganish va u haqida axborotlarni to'plash;

5) ish olishni xohlovchilarni testdan o'tkazish;

6) kasbga yo'naltirish va ishsizlarni qayta tayyorlash;

7) ish bilan bandlik xizmatidan o'tgan ishsizlarga nafaqalar berish.

Davlatning mehnat bozorida roli haqida fikr yurita turib, shuni ta'kidlash mumkinki, mamlakatimizda ish bilan bandlik xizmati, yirik korxonalarda kadrlar bo'limi qanday vazifani bajaradi, ular ham shu vazifani bajaradi. Chunki uning maqsadi — mamlakat miqyosida ish bilan bandlikni tartibga solishdan iborat. Bunda ish bilan bandlik xizmati quyidagilarga yordam beradi:

- ish qidirayotganlarga yoki kasbiy qayta tayyorlashdan o'tmoqchi bo'lganlarga;

- iqtisodiy va texnologik jihatdan rivojlanishi va ishlab chiqarishni kengaytirishga intilayotgan korxonalariga;

- davlatga.

Xalqaro Mehnat Tashkiloti tavsiyasiga ko'ra, 1948-yildan buyon ish bilan bandlik xizmati muqobil tashkilot sifatida Mehnat vazirligi nazorati ostida faoliyat yuritib kelmoqda. Shu bilan bir qatorda bu tashkilot o'zining hududiy va mahalliy bo'limlariga ega. Mahalliy ish bilan bandlik xizmati bo'limlari rolini past baholab bo'lmaydi. Bu bo'limlar ish bilan bandlik xizmatining eng quyi bo'g'ini bo'lib, ular bevosita insonlar bilan ishlaydi va ularning barcha talab hamda ehtiyojlarini hisobga olib boradi. Bevosita mahalliy ish bilan bandlik xizmati bo'limlari, iqtisodiy faol aholi qatlamlari bilan ishlashni samarali tashkil etishni ta'minlaydi.

Hozirgi vaqtda ish bilan bandlik xizmatining faoliyati xilma-xildir. Davlat ish bilan bandlik xizmati quyidagi muhim vazifalarni bajaradi:

- ishsizlarni qo'llab-quvvatlash va ularga ish topishda ko'maklashish;

- mehnat bozorida mavjud bo'lgan vakant joylarni yuqori malakali kadrlar bilan tezda to'ldirishni tashkil etish;

- yangi ish joylarini tashkil etish bo'yicha chora-tadbirlarni taklif etish va amalga oshirish;

- aholiga kasbga yo'naltirish bo'yicha maslahatlar berish, ularga zaruriy statistik axborotlarni va boshqa ishga joylashishi bo'yicha vositachilik xizmatlarini ko'rsatish.

Ish bilan bandlik xizmatida fuqarolarni qabul qilish murojaat qilganlarni bir necha qismlarga bo'lgan holda olib boriladi:

Birlamchi qabul (ro'yxatdan o'tkazish). Bu jarayon ish topish yoki maslahatlar olish maqsadida ish bilan bandlik xizmatiga ilk bor murojaat qilgan fuqarolar bilan amalga oshiriladi. Agar tashkilot binosi xonalari turli toifada bo'lsa, fuqarolarni qabul qilish uchun alohida-alohida xonalar ajratish tavsiya etiladi. Xonalar eshigidagi ko'rsatkichlar va ma'lumotlar yoziladigan taxtachalar fuqarolarga aniq va tushunarli tarzda yozilgan bo'lishi lozim. Axborot maslahat guruhlari bo'lmagan ish bilan bandlik xizmati organlari uchun birlamchi qabulni o'tkazish uchun bir yoki ikki ish bilan bandlikka ko'maklashuvchi mutaxassisni ajratish lozim. Ulardan biri fuqarolarni ro'yxatdan o'tkazishni amalga oshirsa, ikkinchisi murojaat qilgan fuqaroni ishga joylashtirish bo'yicha variantlarni taklif qiladi.

Ikkilamchi qabul. Bunday qabul ish qidiruvchi yoki ishsiz sifatida ro'yxatdan o'tgan fuqarolarni ma'lum kun va vaqt qayta ro'yxatdan o'tishi uchun amalga oshiriladi.

Fuqarolarni birlamchi va ikkilamchi qabul qilish (qaytadan ro'yxatdan o'tkazish) ijtimoiy to'lovlarni amalga oshiruvchi bir-ikki mutaxassislar guruhi bilan hamkorlikda ishsizlarga ijtimoiy to'lovlarni amalga oshirish masalalari, fuqarolarning ishsiz deb tan olinishni rasmiylashtirish va ishsizlik bo'yicha nafaqa hamda boshqa yordamlarni ajratish, ishsizlik nafaqalarini to'xtatish yoki uning hajmini o'zgartirish masalalari bo'yicha amalga oshiriladi.

Ish bilan bandlik xizmati organlariga murojaat qilgan fuqarolar o'z faoliyatlarini tanlashi, ishga joylashtirish, kasb o'rganish bo'yicha o'qish imkoniyatlari masalalarini bilish maqsadida maslahatlar olish huquqiga ega.

Fuqarolarning to'liq ma'lumotlarga ega bo'lishlari uchun turli texnik vositalar (kompyuter, axborot doskasi va h.k.), ish bilan bandlikka oid stendlar bilan jihozlangan axborot zali ishini tashkil qilish zarur. Bu zalda quyidagilar bo'lishi shart:

- hududiy ish bilan bandlik xizmatining ish vaqti va kun tartibi, joylashgan joyi haqida ma'lumotlar;

- hududiy ish bilan bandlik xizmati organi tomonidan xizmat ko'rsatiladigan hudud xaritasi (ko'chalar, mahallalar);

- O'zbekiston Respublikasi Mehnat kodeksi, Jinoyat kodeksi hamda boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlardagi mehnat, ish bilan bandlik va ijtimoiy qo'llab-quvvatlash kafolatlaridan kelib chiqib,

ish bilan bandlik xizmatiga murojaat qilgan fuqarolarning huquqlari haqida ma'lumotlar;

- ish bilan bandlik xizmati organlarining ishsizlik bo'yicha aldov yo'li bilan ishsizlik nafaqasini olgan yoki olishga intilgan fuqarolarni aniqlash bo'yicha faoliyatlari haqida axborotlar;

- mustaqil ish qidirish bo'yicha ko'rsatmalar;

- vakant ish va o'qish joylari yarmarkalarini o'tkazish haqida axborotlar;

- bo'sh ish joylari va vakant lavozimlar mavjudligi haqida, shuningdek, vaqtincha, mavsumiy va jamoatchilik ishlari haqida ma'lumotlar;

- hududlar o'rtasida ishchi kuchining almashuvi bo'yicha ma'lumotlar;

- mehnat bozorida talab yuqori bo'lgan kasblar (mutaxassisliklar), mehnat faoliyati turlari;

- kasbga yo'naltirish bo'yicha maslahatlar olish va mutaxassislik borasida malakasini oshirish haqida axborotlar;

- o'z xohishi (kasbiga, malakasi)ga mos ish qidirayotgan fuqarolar uchun zarur bo'lgan hujjatlar ro'yxati;

- ish qidiruvchi fuqaroning shaxsiy hisob kartochkalarini to'ldirish namunalari;

- o'z-o'zini ish bilan band qilish va tadbirkorlik faoliyati masalalari bo'yicha materiallar;

- hududiy ish bilan bandlik xizmati rahbarining fuqarolarni qabul qilish bo'yicha ma'lumotlari;

- ish bilan bandlik xizmati organlari mutaxassislari qarorlaridan noroziliklarni muhokama etish tartibi to'g'risida axborotlar.

Agarda ish bilan bandlik xizmati organlarining zaruriy xonalari bo'lmasa, yuqoridagi axborotlarni bino xonalariga, koridorlarga joylashtirish mumkin, shuningdek, ularni bukletlar shaklida, papkalar va albomlarga joylashtirish mumkin. Axborot materiallari bilan tanishgandan so'ng, o'zlariga to'g'ri keladigan ish o'rinlarining biron-bir variantini tanlagan fuqarolar ishga joylashish xususida to'g'ridan to'g'ri ish beruvchi bilan ish joyi haqidagi masalani hal qilishi mumkin. Bunda fuqarolarni ro'yxatdan o'tkazish shart emas.

O'zlariga mos bo'lgan ishni topishga qiynalayotgan, biron-bir masala bo'yicha maslahatga ehtiyoj sezayotgan fuqarolar ish bilan bandlik xizmati organi mutaxassislariga murojaat qilishlari mumkin. Ular murojaat qilganlarida mutaxassis maqsadni

aniqlaydi. Agar aholining ish bilan bandligini ta'minlash qo'mitasi vakolatiga kiruvchi masalalar bo'yicha maslahatlar zarur bo'lsa, mutaxassis unga barcha zaruriy ma'lumotlarni beradi va fuqaroni qayd etish kartochkasiga belgilab qo'yadi.

Agar fuqaro o'ziga mos holdagi ishni topish maqsadida murojaat etgan bo'lsa yoki ish bilan bandlik xizmati organlari xizmatidan foydalanishni xohlasa, mutaxassis uning ish bilan band yoki band emasligini aniqlaydi. Agar fuqaro ish bilan bandlar toifasiga tegishli bo'lsa, u holda mutaxassis axborot doskalaridagi vakant joylar bilan tanishish, ish joyi yarmarkalarida ishtirok etish, ish bilan bandlikka ko'maklashuvchi guruh mutaxassislaridan ro'yxatdan o'tishni taklif etadi.

Agar fuqaro ish bilan band bo'lmaganlar toifasiga tegishli bo'lsa, mehnat qonunchiligiga mos holda uni ishsiz deb tan olish mumkinligini aniqlaydi va buning uchun barcha zaruriy hujjatlarni, ya'ni pasport yoki uning o'rnini bosuvchi hujjat, uning kasbiy malakasini tasdiqlovchi guvohnoma, o'rtacha ish haqi to'g'risida ma'lumotnoma (bu ishsizlik nafaqasini belgilash uchun) kabi hujjatlarni tekshirib chiqadi. Birinchi kasbga ega bo'lmagan ish qidiruvchi fuqarolar (ilgari ishlamaganlar) quyidagi hujjatlarni: pasporti, ma'lumoti haqida guvohnoma, agar uch yildan ko'p vaqt ishlamagan bo'lsa, pasport, mehnat daftarchasi, uning malakasi haqidagi guvohnomani ko'rsatishlari shart.

Hujjatlarni tekshirish jarayonida mutaxassislar fuqaro pasportining yashash joyidan ro'yxatdan o'tganligi haqidagi belgiga e'tiborlarini qaratishlari lozim. «Yashash joyi» va «kelgan joyi» tushunchalarini farqlash lozim. Yashash joyi — bu fuqarolarni shartnoma, yollash (ijaraga olish), ijtimoiy yollash, qonunchilik asosida ko'zda tutilgan — uy, kvartira, maxsus xizmat yashash joyi ixtisoslashgan uylar (yotoqxonalar, yolg'iz va bemorlar uchun uylar, nogironlar uchun internat uylari va h.k.), mulkdor sifatida yashayotgan joyidir. Kelgan joyi bo'lib, mehmonxona, sanatoriylar, dam olish uylari, pansionat va boshqa shunga o'xshash joylar hisoblanadi. Ammo ular doimiy yashash joyi hisoblanmasdan fuqarolarning vaqtinchalik yashash joyi hisoblanadi.

Fuqarolarni yashash joyidan yoki kelgan joyidan ro'yxatdan o'tkazish quyidagi hujjatlarda o'z ifodasini topadi:

- yashash joyi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazish — fuqarolarning pasportiga belgi qo'yish bilan amalga oshiriladi, agar pasporti bo'lmasa, ichki ishlar bo'limi tomonidan berilgan, vaqtinchalik

shaxsni tasdiqlovchi guvohnomaga belgi qo'yish bilan amalga oshiriladi;

- kelgan joyi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazish — kelgan joyida ro'yxatdan o'tkazilganligi haqidagi guvohnomaga belgi qo'yish bilan amalga oshiriladi.

Pasportning o'rnini bosuvchi hujjat bo'lib, ichki ishlar bo'limi tomonidan fuqarolarning vaqtinchalik shaxsini tasdiqlovchi hujjatga belgi qo'yilgan guvohnoma hisoblanadi. 14—16 yoshlardagi shaxslarning shaxsini tasdiqlovchi hujjat bo'lib, tug'ilganlik to'g'risidagi guvohnoma hisoblanadi.

Pasportni olish yoki uni almashtirish uchun hujjatlar va rasm 30 kun ichida topshirilishi shart. Ish bilan bandlik xizmati organlariga fuqarolar tomonidan hujjat sifatida topshirilgan shaxsiy guvohnoma, xizmat pasporti yoki diplomatik pasport egalari ish bilan band deb hisoblanadi.

Mehnat daftarchasining o'rnini bosuvchi hujjat bo'lib, faqat uning dublikati hisoblanadi. Ishdan bo'shah haqida mehnat daftarchasidagi barcha yozuvlar korxonada mansabdor shaxsi tomonidan imzo, bo'lim muhri bilan tasdiqlangan bo'lishi shart, shuningdek, ishdan ketish sababi va Mehnat kodeksi moddasi haqida ma'lumot bo'lishi lozim.

Agar fuqarolarning oxirgi ish joyi mehnat shartnomasiga ko'ra kontrakt asosida xususiy tadbirkor korxonasi bo'lsa, u holda mehnat daftarchasi bilan birgalikda ishlovchi soliq inspeksiyasi tomonidan belgilangan mehnat shartnomasini ham havola etadi. Agar fuqarolarning so'nggi ish joyi pudrat shartnomasi asosida bo'lsa, u holda mehnat shartnomasi bilan birgalikda qonunchilik tartibida rasmiylashtirilgan pudrat shartnomasi va ishni topshirish va qabul qilish aktini havola etadi.

Yuqoridagi holatlar davridagi xodimning mehnat faoliyati mehnat daftarchasiga yozilmaydi. Chunki yuqoridagi e'tirof etilgan shartnomalar majburiy tarzda boshqarma huquqshunosi tomonidan imzolangan bo'ladi. Agar fuqaro ish bilan bandlik xizmati qabuliga bir nechta mehnat daftarchalarini bersa, u holda barcha mehnat daftarchasi inobatga olinadi. Fuqaro mehnat daftarchasi o'rniga shartnomalarni havola qilsa, undan fuqaro birinchi marta ish qidiruvchilar toifasiga kiritilmaydi. Shaxsning kasbiy malakasi va ma'lumotini tasdiqlovchi hujjat bo'lib, attestat, diplom va h.k.lar hisoblanadi.

O'rtacha ish haqi to'g'risidagi ma'lumotnoma so'nggi uch oy davomida, xodimning oxirgi ish joyida taqdim etiladi. Xususiy tadbirkor korxonasida mehnat shartnomasi asosida ishlagan fuqarolar esa soliq inspeksiyasi tomonidan shartnomada belgilangan muddatda oylar bo'yicha fuqaroning daromadi haqida uch yil va undan ortiq vaqt davomida ishlamagan fuqarolardan o'rtacha ish haqi to'g'risidagi ma'lumotnoma talab etilmaydi.

Ma'lumotnoma belgilangan namunada rasmiylashtirilishi lozim va u o'zida quyidagi rekvizitlar olishi shart: o'rtacha ish haqi to'g'risidagi ma'lumotnomani tasdiqlovchi shtamp, yumaloq muhr, korxonahabari va bosh buxgalterining imzolari, aholini ish bilan ta'minlash davlat jamg'armasi va soliq inspeksiyasining registratsiya raqami. Yumaloq muhr o'zida qonunchilikda belgilangan tartibda o'zbek tilida yuridik shaxs nomi haqida axborotlarni mujassamlashtirishi zarur.

Agar yuridik shaxsda uchburchak shtamp bo'lmasa, ma'lumotnomaning yuqori chap burchagida quyidagi ma'lumotlar bo'lishi shart: yuridik shaxsning nomi, yuqori tashkilot nomi (vazirlik, qo'mita), manzili, telefon raqami, yuqoridagi yozuvlar korxonahabari imzosi va yumaloq muhr bilan tasdiqlanishi lozim. Ish haqi to'g'risidagi ma'lumotnomadagi korxonahabari nomi va muhri, mehnat daftarchasidagi korxonahabari nomi va muhriga mos bo'lishi kerak.

Agar fuqaro mehnat sharoiti og'ir bo'lgan hududda ishlagan bo'lsa (shaxtalar, konlar, koeffitsiyenti mavjud bo'lgan ish joylari), u holda ma'lumotnomada o'rtacha ish haqi hudud koeffitsiyentisiz hisoblangani yozilishi lozim.

Mehnat bozori infratuzilmasida ish bilan bandlik xizmatining nodavlat tuzilmalariga xodimlarni tanlash bo'yicha agentliklar (rekrut agentliklari), tijorat mehnat birjalari, Internet tarmog'idagi birjalar kiradi.

Mehnat bozorida ish joyi sifati bo'yicha uni ikki asosiy segmentga bo'lish mumkin: yuqori malakali va past malakali ish joylari (mehnat bozori segmenti — ishchi kuchiga demografik talab va taklif tuzilmasi (jinsi va yoshi bo'yicha), kasbiy (mutaxassisligi va malaka darajasi bo'yicha) va hududiy (mintaqalarning ishchi kuchiga talab va taklifdagi hissasi) aspektlarga bo'linadi)¹.

¹ Словарь терминов, применяемых в деятельности служб занятости. М., 1997. С. 74

Hozirga kunda respublikamizning Toshkent, Samarqand va boshqa yirik shaharlarida yangi tarmoqlarning rivojlanishi natijasida, mehnat bozorida ma'lum darajada yuqori malakali ish joylari segmenti shakllanmoqda. Mehnat bozorida tijorat ish bilan bandlik xizmatining davlat ish bilan bandlik xizmatidan o'zining ijtimoiy-iqtisodiy faoliyatidagi farqi shundaki, uning maqsadi foydaga yo'naltirilgan. Rivojlangan davlatlar tajribasiga ko'ra, tijorat mehnat vositachiligining faoliyati davomida yuqori to'lovga ega ish joylari segmentida faol rivojlandi.

Mehnat bozorida ularning faoliyati rentabelli korxonalariga yoki yuqori kasbiy malakaga ega bo'lgan ishchi kuchlariga bo'lgan talabga qaratilgan. Rivojlangan korxonalarining to'lovga layoqatligi va malakali ishchilarga vositachilik xizmatlarining ko'rsatilishi tijorat mehnat vositachiligining rivojlanishi uchun iqtisodiy baza yaratadi.

Kadrlar agentligi o'zining mijozlari sifatida unga tashrif buyuruvchi, ya'ni ariza bilan murojaat qilgan firmalarga xodimlarni tanlash bo'yicha faoliyat yuritadi. Ammo agentlikda bo'sh ish joylarini izlovchilar uning asosiy mijozlari hisoblanmaydi. Shunday ekan, kadrlar agentligining davlat ish bilan bandlik xizmatiga tenglashtirilgandagi farqi shundaki, u ish beruvchi mijozlar bilan ishlaydi. Tijorat ixtisoslashgan mehnat birjalarining kadrlar agentligidan farqi, ularning faoliyati ham ish beruvchilar, ham ish izlovchi kishilarga yo'naltirilgan.

Yaqin kelajakda virtual agentliklar faoliyat hajmining kengayib borishi natijasida Internet tarmog'ida turli xil testlar va videokameralar orqali ish bilan bandlik bo'yicha to'g'ridan to'g'ri muloqotlarning o'tkazilishi mehnat bozori infratuzilmasida sifat ko'rsatkichlar oshishiga sharoit yaratadi.

9.5. Ishga joylashish maqsadida bandlikka ko'maklashish muassasalariga murojaat qiluvchilar bilan muloqot qilish etikasi

Bandlikka ko'maklashish markazlari (BKM)ning asosiy faoliyati aholining bandlik darajasini aniqlash, hududda yangi ish o'rinlarini yaratishga ko'maklashish, korxonalarda kasanachilik asosida ish o'rinlarini yaratish bo'yicha xarajatlarni rasmiylashtirish, ish bilan band bo'lmagan aholini ishga joylashtirish, kasbga qayta o'qitish, haq to'lanadigan jamoat ishlariga jalb qilishdan iborat.

Markazlar tomonidan olib boriladigan tadbirlar natijasida, *birinchidan*, ishsizlarning bo'sh ish o'rinlari qidirishlariga, tadbir-

korlarning xodimlar qidirishlariga sarf etiladigan vaqtni qisqartirishni ta'minlaydi, *ikkinchidan*, ish beruvchilarning o'z talablariga eng ko'p darajada mos keladigan xodimlar yollashiga yordam beradi, xodimlarga esa mehnat sharoitlari va ish haqi darajasi muvofiq keladigan ish joyini topishlariga imkon beradi.

BKM «Tuman (shahar) bandlikka ko'maklashuvchi va aholini ijtimoiy muhofaza qilish markazlari to'g'risida»gi Nizomga asosan faoliyat yuritadi. Nizom «Aholini ish bilan ta'minlash to'g'risida»gi Qonun va O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2007-yil 6-apreldagi «Aholi bandligini oshirish hamda mehnat va aholini ijtimoiy muhofaza qilish organlari faoliyatini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qarori hamda Vazirlar Mahkamasining 2007-yil 8-maydagi «O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Aholi bandligini oshirish hamda mehnat va aholini ijtimoiy muhofaza qilish organlari faoliyatini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida» 2007-yil 6-apreldagi PQ 616-sonli qarorini amalga oshirish chora-tadbirlari haqida»gi 95-qarori asosida ishlab chiqilgan bo'lib, tuman (shahar) Bandlikka ko'maklashuvchi markazning maqomi, vazifalari, funksiyalari, vakolatlari va faoliyatining tashkiliy asoslarini belgilab beradi.

Markaz faoliyatida O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasiga, O'zbekiston Respublikasi qonunlari, Oliy Majlis palatalari qarorlari va boshqa hujjatlar, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmonlari, Qarorlari va Farmoyishlari, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qaror va farmoyishlariga, O'zbekiston Respublikasi Bandlik va mehnat munosabatlari vazirligining normativ-huquqiy hujjatlariga, bosh boshqarmalarning buyruq va qarorlariga, tegishli hokimliklarning qaror va farmoyishlariga, shuningdek, ushbu Nizomga amal qiladi.

Markaz O'zbekiston Respublikasi Bandlik va mehnat munosabatlari vazirligining tashkiliy tizimi bo'lib, mintaqaviy asosda Qoraqalpog'iston Respublikasi Bandlik va mehnat munosabatlari vazirligiga, viloyatlar va Toshkent shahri mehnat bosh boshqarmalariga hamda tegishli tuman (shahar) hokimligiga bo'ysunadi va hisobot beradi. Markaz davlat boshqaruvining tuman (shahar) mehnat, ish bilan bandlik va aholini ijtimoiy muhofaza qilish organi hisoblanadi. Markaz o'z faoliyatini davlat boshqaruvining boshqa mahalliy organlari, jamoat tashkilotlari, korxonalar va muassasalar bilan hamkorlikda olib boradi. Markaz yuridik shaxs bo'lib,

bank muassasalarida hisob raqamlariga, O'zbekiston Respublikasi davlat gerbi tasviri tushirilgan va o'z nomi yozilgan muhrga ega.

Markaz tizimiga yirik qishloq (mahalla) fuqarolar yig'inlarida ish bilan ta'minlash va aholini ijtimoiy muhofaza qilish turg'un (statsionar) punktlar kiradi. Zarur bo'lganda vazirlik qarori asosida Markazda vaqtinchalik bir martalik ish bilan ta'minlash Byurosi tashkil etilishi mumkin bo'lib, ularning faoliyati alohida Nizom bilan belgilanadi. Markaz Ish bilan ta'minlashga ko'maklashuvchi davlat jamg'armasidan moliyalashtiriladi hamda belgilangan tartibda mehnat organlari xodimlarining mehnatini rag'batlantirish hamda moddiy-texnik bazasini mustahkamlash jamg'armasi mablag'laridan foydalanish huquqiga ega.

Quyidagilar Markazning asosiy vazifalari hisoblanadi:

- ish bilan band bo'lmagan aholi hisobi metodikasiga muvofiq, ishsizlar tizimli ravishda hisobga olib borilishini, ishga joylashishga muhtojlar, shuningdek, mavjud bo'sh ish o'rinlari to'g'risida ma'lumotlar banki shakllantirilishini ta'minlash;

- ishsizlar, birinchi navbatda yoshlar, xotin-qizlar va aholining boshqa ijtimoiy ehtiyojmand toifalarini ishga joylashtirishga ko'maklashish;

- aholi bandligining samarali shakllarini rivojlantirish, jumladan, kasanachilik mehnatini joriy etish, mustaqil ish bilan bandlik, shu jumladan, shaxsiy yordamchi va dehqon xo'jaliklarida qoramol boqish hamda boshqa turdagi ish bilan bandlikni rag'batlantirish;

- ishsizlarni kasbga tayyorlash va qayta tayyorlashni tashkil qilish, ularni ijtimoiy qo'llab-quvvatlash bo'yicha qonun hujjatlarida nazarda tutilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish, haq to'lanadigan jamoat ishlarini kengaytirish;

- ish beruvchilar tomonidan mehnatga oid qonun hujjatlariga, shuningdek, mehnat muhofazasi va shart-sharoitlari sohasidagi normativ-huquqiy hujjatlarga rioya etilishini nazorat qilish;

- ehtiyojmand oilalarni ijtimoiy qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlarini amalga oshirishda fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organlariga amaliy yordam ko'rsatish, kamxarj oilalarga nafaqalar hamda moddiy yordam tayinlash va to'lashda o'rnatilgan tartibga rioya etilishi monitoringini amalga oshirish.

Markaz, yuklatilgan vazifalarni bajarish maqsadida quyidagi funksiyalarni amalga oshiradi:

1. Band bo'lmagan aholi sonini hisobga olish sohasida:

- tasdiqlangan aholining bandligini aniqlash metodikasi asosida har chorakda aholi bandligi monitoringini o'tkazadi, tuman

(shahar) hududida yashovchi band bo'lmagan aholi sonini aniqlaydi;

- aholi bandligi monitoringi asosida tuman (shahar) hududida mehnat bozoridagi vaziyat haqida ma'lumot va uning rivojlanishini baholaydi;

- tuman (shahar) hududida ish bilan ta'minlanishga muhtoj fuqarolar haqida ma'lumotlarni yig'ib, ularning axborot bankini yaratadi.

2. Bo'sh ish o'rinlari haqida ma'lumotlar bankini yaratish sohasida:

- hududdagi mulkchilik shaklidan va ishlovchilar sonidan qat'i nazar barcha korxonalar, tashkilot va muassasalarda mavjud bo'sh ish o'rinlari to'g'risida ma'lumotlar yig'adi va vakant ish o'rinlari haqida sistemali ma'lumotlar bankini tashkil etadi;

- markazlarda ish bilan band bo'lmagan aholiga hududdagi, shuningdek, respublikaning boshqa hududlarida mavjud bo'sh ish o'rinlari to'g'risida ma'lumotlarni taqdim etadi.

3. Ish bilan ta'minlashda ko'maklashish sohasida:

- markazga murojaat etuvchilarga ish beruvchilarning ishchilarga qo'yadigan talablari, ishga joylashish imkoniyatlari haqida maslahatlar berish;

- markaz ish bilan band bo'lmagan, ro'yxatga olingan aholini, ayniqsa, yoshlar, ayollar va ijtimoiy muhofazaga muhtoj aholi qatlamlariga ko'maklashadi;

- qurolli kuchlardan bo'shatilgan fuqarolarga ularning bandlik sohasidagi huquqi haqida tushunchalar berish, ularning egallagan kasbi bo'yicha ish bilan ta'minlashda ko'maklashadi;

- jazo muddatini o'tagan, amnistiya tushgan fuqarolarni vakant va kvotalangan ishga joylashtirishda ko'maklashadi;

- ishdan bo'shagan, shu jumladan, korxonalar tugatilishi yoki bankrotga uchraganligi munosabati bilan ishsiz bo'lgan fuqarolarni ro'yxatga olib, ish bilan ta'minlashda ko'maklashadi;

- aholini ish bilan ta'minlash va ish o'rinlarini barpo etish hududiy dasturlarini ishlab chiqishda qatnashadi va bajarilishi yuzasidan har chorak yakuni bo'yicha hokimliklarga ma'lumotlar taqdim etib boradi;

- bandlikni ta'minlash hududiy dasturi asosida ish o'rinlarining yaratilishini monitoringini tashkil etadi;

- ijtimoiy himoyaga muhtoj shaxslar uchun eng kam ish o'rinlari yaratilishi bo'yicha hokimliklarga takliflar kiritadi va ushbu ish o'rinlarining ijtimoiy himoyaga muhtoj va mehnat

bozorida teng sharoitlarda raqobatlashishga qodir bo'lmagan aholi toifasi bilan to'ldirilishini nazorat qiladi;

- korxonalar, tashkilotlar, muassasalar va boshqa manfaatdor idoralar ishtirokida bo'sh ish o'rinlari yarmarkalarini o'tkazadi;

- o'rnatilgan tartibda ishsiz maqomi berilgan fuqarolarga haq to'laniladigan jamoat ishlari tashkil etadi.

4. Aholi bandligini rivojlantirishning samarali shakllari sohasida:

- ish beruvchilarga ularning imkoniyatidan kelib chiqib, kasanachilik ishchi o'rinlarini yaratish bo'yicha takliflar beradi, ish beruvchilar orasida bandlik to'g'risida tushuntirish ishlarini olib borib, korxonalarda kasanachilik ish o'rinlarining yaratilishi monitoringi va hisobini olib boradi;

- oilaviy tadbirkorlik subyektlariga bankdan kreditni rasmiylashtirishda maslahatlar berib, ko'maklashadi;

- xizmat ko'rsatish va servis, kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish sohasida ish joylarini yaratishda ko'maklashadi;

- yirik qoramol o'stirish bilan xususiy va dehqon xo'jaliklarida band bo'lganlarni hisobga oladi, ularga mehnat daftarchasini ochadi va yuritadi;

- korxonalar bilan shartnoma asosida kasanachilik faoliyati bilan shug'ullanishni xohlagan murojaat etuvchilarning ro'yxatini olib boradi.

5. Ishsizlarni kasbga tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish sohasida:

- ishsiz fuqarolarni kasbga tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirishni tashkil etadi;

- ishsiz fuqarolarni kasb-hunar kollejlari va kurslarida kasbga tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish kurslari bilan shartnoma tuzadi;

- ishsiz deb e'tirof etilgan fuqarolarni usta-shogird usulida yakka tartibda kasbga tayyorlaydi;

- ishsizlarga kasbga tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish davrida stipendiya to'laydi;

- o'rta maxsus, kasb-hunar muassasalari bilan kasb-hunar kollejlari, akademik litseylarni va oliy o'quv yurtlarini bitiruvchilarni ishga joylashganligi monitoringini tashkil etadi;

- ishsizlarga qonunchilik bilan belgilangan tartibdagi ishsizlik nafaqasini va moddiy yordamni tayinlaydi va to'laydi;

- qonun bilan belgilangan tartibda ish hajmi qisqartirilishi, texnologiyalar o'zgarishi munosabati bilan ishdan bo'shagan fuqarolarga muddatidan oldin pensiyani rasmiylashtiradi.

6. Mehnat qonunchiligiga rioya qilish ustidan nazorat qilish sohasida:

- mehnat haqidagi qonunchilikni, shu jumladan, «Aholini ish bilan ta'minlash to'g'risida»gi Qonuni talablari ijrosi, mehnat muhofazasi me'yorlariga rioya qilish ustidan nazorat qiladi;

- korxonalarda mehnat muhofazasi va sharoitlarni takomillash-tirish to'g'risida takliflar beradi;

- mehnat sharoitlariga ko'ra ishchi joylarini attestatsiya qiladi.

7. Muhtoj oilalarni ijtimoiy qo'llab-quvvatlash sohasida:

- fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organlariga nafaqa va moddiy yordamga muhtoj kam ta'minlangan oilani aniqlashda ko'maklashadi;

- o'rnatilgan tartibda nafaqa tayinlash va to'lash, kam ta'minlangan oilalarga moddiy yordam ko'rsatishda fuqarolarni o'zini o'zi boshqarish organlarini nazorat qilish va monitoring o'tkazish;

- kam ta'minlangan oilalarga to'lanadigan nafaqa, moddiy yordamni belgilashda yo'l qo'yilgan xato aniqlansa, hokimlikka fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organi tomonidan qabul qilingan qarorni bekor qilish bo'yicha taklif kiritish.

Ish qidirish — bu, eng avvalo, bo'sh ish joylari haqida axborotlarni to'plashdir. Agar ishsiz subyektlarda shunday axborotlarning bir nechtasi bo'lsa, u holda ish qidirishning birinchi va eng oddiy uslubi eng yaqin bandlikka ko'maklashish va aholini ijtimoiy muhofaza qilish markaziga borib, vakant ish joylari haqida ma'lumotlar olish hisoblanadi. Vakant ish joylari haqidagi ma'lumotlar to'plami (ma'lumot banki) har bir tumanda mavjud bo'lib, ulardan foydalanish, ma'lumotlarni olish har bir ishsizning huquqiy vakolatiga ega. Ishsiz shaxslar ushbu ma'lumotlar bankidan o'zlariga mos ishni topa olishmasa, shu joyning o'zida «ishsiz» deb ro'yxatdan o'tishlari mumkin. Bu uslub ancha sodda, shu bilan birgalikda u birmuncha samarasiz hisoblanadi. Chunki tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdaki, ish bilan bandlik xizmati bo'limlariga hududdagi korxonalar va tashkilotlarning vakant ish joylari haqidagi ma'lumotlarning 35—40 % i yetib keladi. Ushbu vakant ish joylarining aksariyat qismi ijtimoiy va iqtisodiy jihatdan nufuzi past bo'lgan, jamoat ishlari yoki vaqtinchalik ish joylari kabilardan tashkil topadi.

Ish bilan bandlikka ko'maklashish va aholini ijtimoiy muhofaza qilish markazi tomonidan ishsizga vaqtinchalik ish joylari yoki jamoatchilik ish joylari ham taklif qilinishi mumkin. Bunday

holatda ishsiz shaxs taklif etilgan ish joyidan olinadigan ish haqi (daromadi) miqdori bilan tanishishi, pirovardida esa yollanishi ham mumkin. Vaqtinchalik ishga joylashgandan so'ng ham ishsiz o'ziga mos bo'lgan doimiy ish joyiga ega bo'lishi uchun qidirishni davom ettirishi kerak.

Ikkinchi uslub — bu ishsiz shaxsning o'zi yoki do'stlari, kasbdoshlari, tanishlari orqali vakant ish joyi haqidagi xabarlari asosida ish qidirishdir. Ammo ishsiz shaxsga yordam bermocchi bo'lganlarning barchasi uni ish qidirayotgan, ish joyining xususiyati, talab etilayotgan malaka ko'nikmasi, kasb mahorati haqida bilishlari kerak. Shu bilan birga ishsiz shaxs ular bilan vakant ish joylari haqida doimiy muloqotda bo'lishi lozim, aks holda ular ishsizga zarur bo'lgan ish joyi haqidagi ma'lumotlarni unutib yuboradi. Uchinchi shaxslar orqali ish qidirayotgan ishsiz, eng avvalo, uning o'zini qanday ish joyi qanoatlantirishini aniqlab olishi lozim.

Ba'zi korxonalar e'lonlar taxtasida «talab etiladi...» deb barcha bo'sh vakant ish joylari ro'yxati sanab o'tiladi. Biroq ko'p hollarda e'lonlar taxtasida ishsizni qoniqtiradigan ish joyi haqida ma'lumotlar bo'lmaydi. U holda ishsiz shaxs korxonaning kadrlar bo'limiga murojaat qilib, ishga joylashish bo'yicha o'zini qiziqtirgan barcha savollarga javob topish mumkin. Shuningdek, ishsiz quyidagi holatlarga, ya'ni bo'sh ish joylarining paydo bo'lish sabablari, ish haqi darajasi, texnik xavfsizlik, ommaviy ishdan bo'shatish kabilarga e'tibor qaratishi maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Ushbu uslubning yana bir ko'rinishi sifatida axborot asosida ish qidirish hisoblanadi. Uning ham bir nechta yo'nalishlari mavjud. Bular:

- kasbiy yo'nalishdagi muassasalar va jamoatchilik tashkilotlari kanallari bo'yicha;

- ishsizga qulay bo'lgan hududda joylashgan turli korxonalar va tashkilotlar, muassasalar, kadrlar bo'limi axborotlari bo'yicha;

- gazeta va boshqa joylarga berilgan e'lonlarga javoblar asosida.

Shuni e'tirof etish lozimki, gazeta va boshqa joylarga (e'lonlar taxtasi) e'lonlar berish asosida ish topish bizning mamlakatimizda birmuncha noodatiy holat hisoblanadi. Ammo jahon tajribasiga nazar solsak, bu uslub ancha samarali sifatida e'tirof etilgan. Ko'pchilik rivojlangan mamlakatlarda ishsizlar gazetalarga e'lonlar berish, ish beruvchiga xat yozish orqali yoki korxonalar, tashkilot va firmalarning kadrlarni yollash bo'yicha turli anketa so'rovnomalariga javob berish bilan ishga joylashishadi.

Ishga joylashishning uchinchi uslubi — bu maxsus eʼlonlar gazetasini sotib olib, u asosida ishsiz oʻziga maʼqul boʻlgan ish joyini qidirishidir. Biroq koʻp hollarda eʼlonda keltirilgan ish joylari band etilgan boʻladi.

Ishga joylashishning toʻrtinchi uslubi — bu Internetning maxsus saytlariga (vakant ish joylari haqidagi) kirib boʻsh ish joylarini qidirishdir. Bu uslub birmuncha samarali hamda kam sarf-xarajatli hisoblanadi.

Maqbul boʻlgan ish joyini qidirishning beshinchi uslubi — bu xodimning oʻzi haqidagi barcha zaruriy maʼlumotlarni tuzib, faks orqali ish beruvchiga yuborishi yoki ushbu maʼlumotlarni gazetaga yoxud Internet tarmogʻining maxsus saytlariga joylashtirishi hisoblanadi. Ishsiz oʻzi haqidagi maʼlumotlarga quyidagilar: diplomlari, patent guvohnomalari, kasbiy malakasini oshirganligi guvohnomalari va h.k.lar kiradi.

Hozirgi davr ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti sharoitida mehnatga layoqatli aholining hech biri ishsiz boʻlib qolishdan kafolatlanmagan. Olib borilgan ijtimoiy soʻrovnoma natijalariga koʻra, mehnatga layoqatli aholi qatlamlarining 50—70 % igacha ishsiz boʻlib qolishdan qoʻrqishadi. Ayniqsa, bu koʻrsatkich mehnat sharoitlari yaxshi, ish haqi darajasi yuqori boʻlgan korxonalar va tashkilotlar xodimlarida 70 % dan yuqori koʻrsatkichni tashkil etadi.

2000-yillarning boshlarida ishsizlik tushunchasi ikkinchi darajali holat sifatida eʼtirof etilgan va bu aksariyat hollarda xodimning kasbiy noloyiqligi bilan bogʻliq boʻlgan boʻlsa, hozirgi davrda ishsizlik ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy tavsifni kasb etib bormoqda. Bunday holda ishsiz shaxs oʻz hayot tarzini oʻzi belgilab borishi va «ishsizlik» holatidan chiqish uchun quyidagilarga eʼtiborni qaratish zarur:

- ishsizlik maqomini olishdan qoʻrqmaslik kerak. Koʻpchilik xodimlar oʻz ish joyini yoʻqotgandan soʻng ularda doimiy daromad, ijtimoiy mavqe, kelajakka ishonch ham yoʻqolib boradi. Shuningdek, oilada, doʻstlar oʻrtasida, jamoada mavqeyi oʻzgaradi. Xodimning kasbiy va shaxsiy hayotidagi mutanosiblik buziladi. Bunday tushkunlik holatidan chiqish birmuncha qiyin kechadi;

- ishsizlik paradoksini yengib oʻtish zarur. Buning uchun ishsiz tomonidan uning atrof-muhitidagi kishilarga nisbatan ijobiy fikrni uygʻotish, ishsiz holatida oʻz-oʻziga ishonchini oshirish, turli shubha-gumonlardan xoli boʻlish, irodasini kuchaytirish kabilarga eʼtiborni qaratish lozim;

• ishsiz o'z hayoti va faoliyati davomida unga qarshi holatlar (to'siqlar)ni yaxshi bilishi lozim. Bularga tushkunlik holatini, qadriyatini yo'qotishni, umidsizlanishni kiritish mumkin.

Buning uchun ishsiz qolgan shaxs, eng avvalo, o'zining kuchli va ojiz tomonlarini baholay bilishi zarur. Umumiy tarzda uning kuchli tomonlariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ma'lumoti;
- hayotda o'rgangan va orttirgan ko'nikma hamda tajribasi;
- kelajakda o'z kasbiy malakasini o'zgartirish va oshirish imkoniyatlari.

Ojiz tomonlariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ma'lumotsizligi yoki o'ziga yoqmagan ma'lumotga ega ekanligi;
- faoliyati davomida xodim yo'l qo'yan kamchiliklari va mehnat faoliyatiga befarqligi;
- omadsizligi sabablari.

Shuningdek, ishsiz bo'lib qolgan shaxs o'zining asosiy qadr-qimmatini ham bilishi maqsadga muvofiq. Bularga:

- mablag', mustaqillik;
- mas'uliyatni his eta bilishi;
- o'zidan o'zi qoniqish hosil qilishi;
- hukmronlikni his qila bilishi;
- o'zini o'zi ishsizlikdan muhofaza qila bilishi;
- o'z manfaatlaridan voz kechib, boshqalarga yaxshilik qilishi;
- do'stona munosabatlarni saqlay bilishi kiradi.

Ishsiz shaxs o'ziga bir qator talablarni va qiyinchiliklarni qo'ya bilishi lozim. Talablarga:

- qoniqtiradigan (yaxshi) ish haqi;
- qat'iy yoki grafik bo'yicha ish tartibi;
- turli hamkorlik aloqalarini o'rnata bilishi;
- xizmat pog'onasidan yuqorilab borishi;
- javobgarligi;
- yaxshi mehnat sharoitlari;
- jamiyat uchun foydali bo'lgan ish bilan shug'ullanishi;
- jamoada ishlay bilishni kiritish mumkin.

Qiyinchiliklarga:

- xizmat safarlarining ko'pligi;
- ijtimoiy majburiyatlar;
- o'zgaruvchan ish tartibi;
- uzluksiz o'qish-o'rganish majburiyati;
- ish haqining kamligi;

- xorijiy davlatlarga safarga chiqish;
- band bo‘lmagan vaqtning ko‘pligi.

Yuqorida e‘tirof etilgan holatlarni bilish va uni to‘g‘ri baholay olish orqali ishsiz shaxs o‘zining ish bilan bandligini tezda ta‘minlaydi hamda ishsiz bo‘lib qolish ehtimoli yuqori bo‘lgan sharoitda barqaror xizmat pog‘onasidan yuqorilab borish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

9.6. Ishga joylashtirish jarayonida tarjimayi hol, intervyu, ish hujjatlari tuzish va boshqa o‘z-o‘zini namoyish qilish ko‘nikmalari

Bugungi kunda mamlakatimizda iqtisodiyotni rivojlantirishning an‘anaviy resurslarga asoslangan modelining yagona muqobil varianti sifatida texnika-texnologiyalar, iqtisodiy natijalar va butun jamiyat hayotini doimiy yuksaltirish maqsadida insonlarning bilim va salohiyatidan samarali foydalanishga asoslangan innovatsion rivojlanish strategiyasi mos keladi. Ma‘lumki, yuqori axborot va intellektual sig‘imga ega innovatsion iqtisodiyotga — egiluvchan, dinamik, samarali, doimiy yangilanib turadigan, yangicha mazmun va ko‘rinishga ega bo‘lgan, ish bilan bandlik shakllari va ularning doimiy yangilanib turishi jarayoni nomzodlarni ishga joylashtirishning usul va uslublarini takomillashtirish bo‘yicha yangicha talablarni zarurat etmoqda.

Shunday ekan, nomzodlarni ishga joylashtirish jarayonida ularning tarjimayi holi, intervyu o‘tkazish tartiblari, ish hujjatlari tuzish va boshqa o‘z-o‘zini namoyish qilish ko‘nikmalarini tadqiq etish muhim ahamiyatga ega. Ishga joylashtirish jarayonida tarjimayi hol alohida o‘ringa ega bo‘lib, nomzod haqida uning shaxsiy hayoti va faoliyatini ifodalovchi hujjatdir. Ma‘lumki, tarjimayi hol bir shaxs tomonidan o‘z shaxsiy hayoti va faoliyati haqidagi bayon qilingan yozuv hisoblanadi. Tarjimayi hol bir xil andozaga ega emas, mufassal yozilishi mumkin. U muallif tomonidan mustaqil tuzilsa-da, biroq tarjimayi holda ayrim qismlarning bo‘lishi shart.

Tarjimayi holning asosiy zaruriy qismlari:

1. Hujjatning nomi (tarjimayi hol).
2. Matn:
 - a) muallifning familiyasi, ismi va otasining ismi;
 - b) tug‘ilgan yili, kun, oy va tug‘ilgan joyi;
 - d) ota-onasi haqida qisqacha ma‘lumot (familiyasi, ismi va otasining ismi, ish joyi);

- e) ma'lumoti va ma'lumotiga ko'ra mutaxassisligi;
- f) ish faoliyatining turlari;
- g) oxirgi ish joyi va lavozimi;
- h) mukofot va rag'batlantirishlar;
- i) jamoat ishlarida ishtiroki;
- j) partiyaviyligi;
- k) oilaviy ahvoli va oila a'zolari;
- l) turar joyi (uy manzili).

3. Sana.

4. Imzo.

Tavsiyanoma — biror shaxsni ma'lum lavozimga yoki ijtimoiy-siyosiy tashkilotlarga a'zo bo'lish uchun tavsiya etuvchi rasmiy hujjatdir. Tavsiyanomalar ijodiy uyushmalar, muassasa ma'muriyati yoki alohida shaxs tomonidan berilishi mumkin.

Har qanday tavsiyanoma matnida tavsiya qilinayotgan shaxsning xususiyatlari — mutaxassis sifatida malakasi, ishchanligi, oilaviy, axloqiy jihatlari va ijtimoiy faoliyatiga baho beriladi, shuningdek, tavsiya etilayotgan lavozimga yoki ijtimoiy-siyosiy tashkilotlarga a'zo bo'lishga munosib ekanligiga ishonch bildiriladi.

Tavsiyanomalar ba'zi xususiyatlariga ko'ra tavsifnomaga o'xshaydi. Shu sababli ham tavsiyanomalarning ko'pchiligi tavsifiy tavsiyanomalar shaklida bo'ladi. Ular orasidagi asosiy farq shundaki, tavsifnomalarda shaxsning barcha ijobiy, salbiy xususiyatlari qayd qilinadi. Tavsiyanomalarda esa uning ijobiy xususiyatlari ko'rsatilishi bilan birga, keyinchalik uning zimmasiga yuklatiladigan vazifani bajara olishiga ishonch bildiradi va tavsiya etiladi. Turli mukofotlarga taqdim etish ham tavsiyanoma shamoyilida bo'ladi.

Tavsiyanomaning asosiy zaruriy qismlari:

1. Hujjatning nomi (tavsiyanoma).
2. Matn.
3. Tavsiyanoma beruvchi shaxsning lavozimi, ismi-familiyasi.
4. Imzo.
5. Sana.

Kadrlarni tartibga solish texnikasida o'zaro shaxsiy muloqot vositalari alohida o'rinni egallaydi. Ularning o'ziga xosligi odamlar bilan bevosita o'zaro munosabatga kirish vositasi bo'lib hisoblanadi. Ishga joylashtirish jarayonida muloqot o'tkazishning birdan bir shakli bo'lib, intervyu o'tkazish asosida personal qobiliyatini real baholash imkoniyati yuzaga kelishi hisoblanadi. Suhbat jarayoni o'z ichiga munozara, debat, disput (ochiq munozara)

kabi suhbat shakllarini oladi. Biroq bu jarayonda, avvalambor, fikr yuritish yoki o‘zaro munosabatga kirishishning mavjud umumiy holati namoyon bo‘ladi.

Intervyu — oldindan belgilangan rejaga savollar va javoblar shaklida fikr almashinuvdir. Bunday fikr almashinuv natijalari muvofiq qarorlarni qabul qilish uchun dastlabki empirik axborotlar bo‘lib xizmat qiladi. Bunda natijalar bo‘lib nafaqat javoblar, balki ishga joylashmoqchi bo‘lgan kishining bergan savollari ham hisoblanadi. Masalan, AQSHda intervyu vaqtida lavozimga nomzodni tanlashda u quyidagi savollarni berishi mumkin: «Kompaniya o‘zining xodimlari o‘qishi uchun to‘lovlarni amalga oshiradimi?», «Firmaning o‘zida bolalar bog‘chasi mavjudmi?», «Rahbar muammolarni ochiqchasiga muhokama qilishni amalga oshiradimi?», «Xizmat lavozimining oshirilishida qanday karyera texnologiyasi va imkoniyatlar mavjud?», «Xizmat bo‘yicha xodimlar tashkil etilganmi?» Shunday ekan, ba’zida nomzod qayerda ishlashni xohlashiga ko‘ra kompaniyaga xodim sifatida yollanish qarorini o‘zi tanlaydi.

Da’vogarlar bilan suhbatni bo‘sh ish joyiga ishchi uchun qanday bilim va ko‘nikmalar zarurligini biladigan kishi o‘tkazadi. Ular quyidagilardan iborat:

- asosiy majburiyatlar, huquq va mas’uliyat;
- mijozlar, xodimlar va personalni boshqarishning yuqori turuvchilari bilan o‘zaro munosabatlar;
- karyera qilish imkoniyatlari;
- mehnat sharoitlari, motivatsiya, mehnatdan qoniqishning doimiy manbalari.

Intervyu o‘tkazuvchi egallanadigan lavozimga nomzodning imkoniyatlari va qo‘yilgan talablarga uning reaksiyasini aniqlaydi.

Nomzodning imkoniyatlari quyidagilar asosida aniqlanadi:

- kompetentlik (chuqur bilimga egalik) va tajriba;
- kommunikabellik;
- muayyan guruh yoki sexga mos tushish imkoniyati.

Intervyu qoida tariqasida 40 daqiqagacha davom etadi va nomzodning kadrlar varaqasida ko‘rsatilmagan ishlab chiqarish ko‘nikmalari, bilimi, qiziqishlari va boshqa jihatlari bo‘yicha o‘z-o‘zini baholash kabilarni qamrab oladi. O‘zining oddiyligi va tabiiyligi sababli, intervyu shaxsni baholashning barcha usullari ichida keng miqyosda foydalanilmoqda. Biroq uni personalni tanlash vositasi sifatida to‘liq ishonchli deb bo‘lmaydi.

Intervyuning asosiy ustunligi — bu bevosita muloqot imkoniyatidir. Bundan tashqari, kelgusidagi nomzodlarni intervyuni muvaffaqiyatli o‘tkazishga tayyorlash mumkin. Lekin bunday jarayondagi muvaffaqiyatni ishlab chiqarish faoliyatida kelgusidagi muvaffaqiyat bilan solishtirish mumkinmi?

Xato qilish manbai intervyu texnologik jarayonining o‘zida bo‘lishi mumkin. Bundan ko‘p gaplilikni (jami vaqtning 15 % dan ko‘p bo‘lmagan qismida gapirish zarur); tizimli bo‘lmagan yondashuvlarni (solishtirish zarur); shoshilinch xulosalarni (qaror qabul qilishga arzimagan narsalar ta’sir ko‘rsatmasligi) chiqarib tashlash kerak.

Assessment-Center (Personalni baholash markazi) usullaridan biri — bu «pochta qutisiga» yozma mashqlar hisoblanadi. Uning bajarilish jarayonida har bir ishtirokchi muayyan holatda bo‘lishi kerak. Sinalayotgan kishidan mumkin qadar ko‘p miqdorda qarorlar qabul qilish talab etiladi. Ishtirokchi yozma ravishda asoslash uchun test yechishni bajarishga bir soat beriladi. Natijalar baholangandan keyin har bir ishtirokchiga ularga qabul qilingan qarorlarni tushuntirib berish uchun testdan keyin suhbat o‘tkazish imkoniyati beriladi. Nazoratchilar ishtirokchilarni qanchalik mustahkam ushlab turganliklarini va qanchalik o‘zlarining yechimidan orqada qolayotganliklarini aniqlash imkonini beradi.

Rossiyada *Assessment-Center* usuli kamdan kam qo‘llaniladi va bu usul faqat transmilliy korporatsiyalarga qarashli kompaniyalarda o‘tkaziladi. Buning asosiy sabablari:

- ushbu usul xorijda paydo bo‘ldi va rivojlandi. Ko‘pchilik rossiyalik rahbarlar va mutaxassislar uchun personalni tanlash bo‘yicha bu usul yetarlicha ma’lum emas;

- *Assessment-Center* usulida personalni baholash bo‘yicha kompaniyalarga xizmat ko‘rsatishni davom ettirish mumkin bo‘lgan tashkilotlarning ma’lumotga egaligi juda tor doirada;

- nufuzli tashkilotlarda bu usulda personalni yollash bo‘yicha har bir ishtirokchini baholash uchun sarflar ancha qimmat, ya’ni 150 AQSH dollariga tushadi;

- *Assessment-Center* usulida personalni yollash bo‘yicha baholashni o‘tkazish uchun o‘zlarining mutaxassislarini tayyorlash va ularning zarur uslubiy ta’minotini ko‘pchilik kompaniyalar uchun amalda shakllantirish imkoniyati mavjud emas.

Ushbu usulning bir ma’noda amaliy natija beradigan jihati haligacha o‘z isbotini topmagan. Amaliyotda faqat kam sonli

nomzodlarga *Assessment-Center* usulidan muvaffaqiyatli o‘tib, yuqori natijalarga erishgan. Va aksincha, *Assessment-Center* orqali malaka oshirishdan o‘tganlardan kimda-kim kamroq yaxshi natijalarga erishgan bo‘lsa, oqibatda ular ham muvaffaqiyatga erishganlar. Adabiyotlarda *Assessment-Center* usulini qayta baholash uchun jiddiy sabab — bu qamrab olgan muhitda ko‘pchilik omillar ta‘sirining e‘tiborga olinmasligidir. Shunday bo‘lsa-da, bu omillar rahbarning shaxsiy sifatlarida emas, balki tadbirkorlik faoliyatida samarali mehnat munosabatlarini amalga oshirishda hal qiluvchi rolga ega.

Suhbat — bu kadrlar xizmati tomonidan aniq va kasbiy baholashni talab etadigan berilgan namunaviy savollarga javoblar berish bo‘yicha intervyudir. Suhbatning shakllanishi bu usulning aniqligini oshirishni nazarda tutadi. Suhbat mobaynida nafaqat javoblarning mazmuni, balki insonning xulq-atvori, tashqi ko‘rinishi ham baholanadi. Barcha baholashlar qat‘iy ravishda hisobga olinib boriladi.

Personalni tanlashga an‘anaviy yondashuv nomzodlar bilan saralash suhbat o‘tkazishni maqsad qilib qo‘yadi. Uni firma (kompaniya) menejeri o‘tkazadi va o‘zidan yuqori turuvchi rahbar intuitsiyasi hamda tavsiyalaridan kelib chiqib, qarorlar qabul qiladi. Bu uslub nomzodni yetarli darajada obyektiv baholash imkonini bermaydi. Nomzodga beriladigan savollar oldindan tayyorlanishi zarur. Suhbat o‘tkazishdan maqsad:

1) asosiy — nomzod haqida axborotlarga ega bo‘lish, shuning uchun insonni sabr bilan tinglash, suhbat jarayonini nazorat qilish va nomzodning o‘zi haqida gapirishga undash kerak;

2) yordamchi — taklif etilayotgan ishning xususiyatlari va unga qo‘yilgan talablar haqida nomzodga ma‘lumot berish.

Nomzod bilan suhbat barcha jarayonlar (tekshiruv)dan keyin amalga oshiriladi va lavozimga o‘tish uchun yakuniy qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Agar nomzod suhbatga chaqirilgan bo‘lsa, u holda bu potensial xodim sifatida ixtisosli hisoblanadi. Shuning uchun so‘zlashuv jarayoni nomzodning shaxsan o‘zi tomonidan tavsiya etilgan hujjatlariga yana bir bor aniqlik kiritish, ushbu taqdimnomani chuqurlashtirish va yuzaga kelgan yoki yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan savollarni aniqlashdan iborat.

Nomzod bilan suhbat o‘tkazishning ma‘lum bo‘lgan usullari rivojlangan mamlakatlar tajribalariga asoslangan holda quyida keltirilgan:

1. *Buyuk Britaniyada* — kadrlar komissiyasi a‘zolari nomzodlar bilan ularning shaxsiy suhbatiga asoslangan. Qizil daraxtdan

boʻlgan aylana stol atrofida oʻtiruvchi mutaxassislar nomzodning shajara, oila va joyi, qayerda taʼlim olganligiga oid savollarni berishga qiziqadilar, masalan, «Siz gersog Sommersetning qarindoshi emasmisiz? Oilangizning aʼzolaridan qaysi biri qirollik flotida xizmat qilgan? Siz qayerda oʻqigansiz — Oksford universitetidami?» Agarda nomzod berilgan savollarga birdaniga javob bersa, u tezda ishga qabul qilinadi.

2. *Germaniyada* — taniqli olimlar, rahbarlar, siyosatchilarning yozma tavsiyasiga asoslangan holda muhim hujjatlar soni dastlabki nomzodlarni tayyorlashga asoslanadi. Yetarli maʼlumotga ega ekspert komissiyasi mutaxassislari tavsiya etilgan hujjatlarni tahlil etadi va ularning rasmiylashtirilishini nazorat qiladi. Boʻsh lavozimga nomzod vaqt boʻyicha boʻlingan qatʼiy jarayonda oʻtkaziladi. Ishga joylashish yetarlicha murakkab jarayon hisoblanadi.

3. *AQSHda* — nomzodning intellektual qobiliyati, kompyuter asosida psixologik testlar, norasmiy vaziyatda nomzodlarni kuzatish asosida oʻtkaziladi. Masalan, tushlikka taklif etilganda, taqdimot vaqtida. Bunda inson salohiyati va uning shaxsiy kamchiliklariga katta eʼtibor beriladi, chunki hamma vaqt ham jamoada menejer bunday uslubda ishga tanlab olish imkonini tasdiqlamaydi. Biroq bu usul muayyan firmada ishlash uchun kirish mumkin boʻlmagan yashirin shaxsiy kamchiliklarni aniqlash imkonini beradi.

4. *Xitoyda* bu usul Min sulolasi vaqtidagi tarixiy anʼanalarga ega yozma imtihonga asoslanadi. Nomzodlar tarixni bilishi, yozma uslub va yengil stilda klassik bilimni isbotlash uchun bir qator insho va doston yozishadi. Barcha imtihonlarni muvaffaqiyatli topshirganlardan koʻpchiligi tanlab olinadi va ular joriy siyosat mavzusida natijaviy inshoni yozadilar. Bu imtihonni yaxshi topshirganlar amaldor boʻladi va ularning xizmat faoliyati olingan bahoga bogʻliqdir.

Personalni boshqarish muammolari bilan shugʻullanuvchi koʻpchilik mutaxassislarning fikricha, suhbat oʻtkazish munosib nomzodlarni aniqlashning kuchsiz vositasidir. Shunday ekan, koʻpchilik suhbatni oʻtkazuvchi mutaxassislar dastlabki taassuroti boʻyicha oʻzlarining nomzod haqida baholarini shakllantiradi. Bundan tashqari, yaxshi maʼlumki, koʻpchilik tanlov boʻyicha suhbatlar ular tomonidan qabul qilingan qarorlar oqibatlarini oʻzlarida yomon tavsiflovchi nomutaxassislar oʻtkazadi. Personalni tanlash bilan bogʻliq qarorlar juda qimmatga tushishi mumkin va shuning uchun suhbat oʻtkazish jarayonining oʻziga vaqtini ketkazish

muayyan ma'noga ega. Tanlash bo'yicha suhbat keng miqyosda ommalashganligiga qaramasdan, maqbul usul hisoblanmaydi.

Suhbat o'tkazish ko'magida ishga qabul qilish jarayoni 9.12-rasmdagi piramida ko'rinishida keltirilishi mumkin. Suhbat o'tkazish bosqichlarining soni va tartibi tashkilotning korporativ siyosatiga bog'liq holda o'zgarishi mumkin.

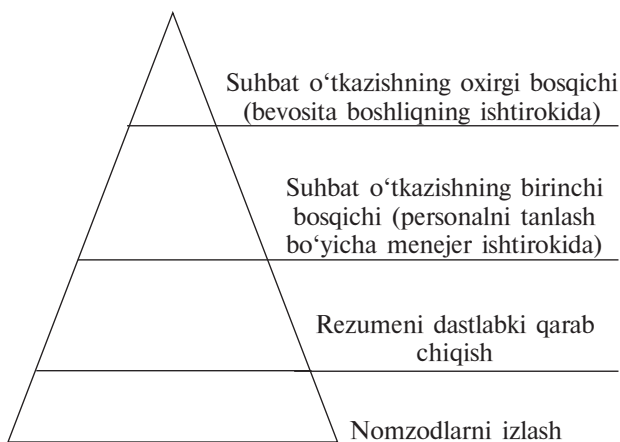
Tanlab olish bo'yicha suhbat (yoki intervyu)ning asosiy maqsadi — da'vogar ushbu ishga qiziqadimi va u uni bajarish qobiliyatiga egami kabi savollarga javob olishdir. Bunda bir qator nomzodlarni taqqoslash zarurati namoyon bo'ladi.

Agarda suhbat bir nechta mutaxassis tomonidan o'tkazilsa, ular o'rtasida vazifalarni taqsimlash kerak, chunki har biri muayyan soha faoliyatini aniqlashi va ularning har biri suhbat jarayonida o'zining mulohaza, fikrini bildirib sharh berishi zarur. Sizing maqsadingiz — da'vogar bilan gaplashib, axborotga ega bo'lishdir. Amaliyotda bu suhbatning 70 % vaqtida nomzod gapirishini, 30 % ini siz gapirishingizni ifodalaydi. Shuning uchun birinchi galdagi zaruriy mahorat — savol berish mahoratidir.

Tanlov asosidagi suhbatda quyidagi uch savolga javob olinishi zarur:

- nomzod ushbu ishni bajara olish imkoniga egami?
- u buni bajara oladimi?
- ushbu ishga nomzod bo'la oladimi (u eng yaxshi bo'la oladimi)?

Bu savollarga javoblar qaror qabul qilish uchun asosni yaratadi. Lekin yana bir qator detallarni aniqlashni zarurat etadi. Masalan,



9.12-rasm. Suhbat o'tkazish ko'magida ishga qabul qilish bosqichlari.

nomzod ushbu ishda ishlab ketishi uchun aynan nima guvohlik beradi? Nomzodning qanday ko‘nikmalari mavjud? (Qobiliyati, bilimi, malakasi, oldingi tajribasi, intellekti.) Qo‘shimcha mutaxassislik bo‘yicha tayyorgarligi to‘g‘risida savollar.

Barcha bu tavsiflar to‘g‘ri. Biroq quyidagi savollar bo‘yicha o‘ylanib qolamiz:

- Ushbu tanlov tavsifi tasodifiy emasmi?
- Biri ulardan boshqasini berkitmaydimi?
- Ularni adekvat baholash imkoni qanday?

Bunday savollarga javobning murakkabligini hisobga olgan holda rejaga taklif etilayotgan ishni qanchalik darajada nomzodlar muvaffaqiyatli bajarishini muhokama qilish uchun tanlov bo‘yicha suhbat o‘tkazish mezonlari ro‘yxatini kiritamiz.

Agarda bu bildirmasdan va tabiiy bajarilsa, unda bu odatiy suhbat bo‘layotganligi to‘g‘risida taassurot qoldirishni yuzaga keltiradi hamda bu hamjihatlik sifatida murakkab muloqot elementini o‘rnatishga yordam beradi. Biroq, avvalambor, suhbat mavzusini o‘zgartirish, ishonish kerakki, barcha aytilganlar shubha tug‘dirmasligi va noto‘g‘ri taassurot qoldirmasligi zarur. Muayyan holatda nomzod o‘zini noqulay sezishini (masalan, oilaviy holatni) aniqlashda beriladigan savollarni tekshirishga tayyor bo‘lishi kerak. Biroq buni tabiiy bajarish mumkin, har qanday holatda taassurot uyg‘otmasdan buning asosida nomzod to‘g‘risida fikrlar shakllanadi. Shunday ekan, ikkinchidan, personal bo‘yicha mutaxassis suhbat o‘tkazishda nazorat qilish imkoniga ega bo‘lishi kerak, ya‘ni nomzod siz nimani xohlashingiz haqida gapirishi nazarda tutiladi.

Eshitish mahorati — bu nafaqat eshitish mahorati, balki axborotlarni ko‘rish, qabul qilish, tahlil etish mahoratiga ega bo‘lish zarurligini nazarda tutadi. Suhbat — nomzod haqida zaruriy ma‘lumotlarni ko‘rish va eshitish organlari orqali idrok qilishdir.

Uchinchi muhim mahorat — eshitish mahoratidir (eshitish, yodda saqlash va tahlil etish).

To‘rtinchi mahorat — muhokama qilish yoki qaror qabul qilish mahorati.

Suhbat o‘tkazish samaradorligini oshirishga yo‘naltirilgan turli xil uslublar mavjud¹. Albatta, ular muvaffaqiyat kafolatining universal vositasi bo‘lib hisoblanmaydi, biroq suhbat o‘tkazish

¹ Управление персоналом организации. (Под ред. А.Я. Кибанова.) М., 1997. С. 249.

amaliyotida ularni foydali qo'llash va sinab ko'rish mumkin. Masalan, agarda siz intervyu olinadigan nomzoddan nimani undan so'rayotganingiz haqida ko'proq gapirsa, unda savollarni berish va o'z e'tirozingini bildirishda quyidagi holatlarga e'tibor bering:

- suhbat o'tkazayotgan kishingizning ko'ziga to'g'ri qarang va jilmaying;

- gapirayotgan kishining so'zini bo'lmang;

- uzoq pauza qilmang;

- ko'proq umumiy va ochiq savollarni bering;

- o'zingiz haqingizda gapirganingizda yoki o'z fikringizni bildirganingizda faol o'rinni egallang.

Agarda siz intervyu o'tkazishda taklif etilgan mavzu bo'yicha nomzod atroflicha gapirishini xohlasangiz, u holda:

- tantanali ravishda o'zingizning ijobiy baho berganingizni ayting;

- ular bilan rozi emasligingizni ifodalang.

Tanlash bo'yicha suhbat o'tkazishda eng jiddiy xatolardan ogohlantirish o'tkazish uchun quyidagilarni amalga oshirish zarur:

1. Intervyuerlar (suhbat o'tkazuvchi) «yaxshi» nomzod haqida stereotip topshiriqni shakllantiradi, qaysiki ular haqiqiy fazilatlarini bo'yicha ularni baholamasdan intervyuda qo'llashga intiladilar.

2. Ko'pincha da'vogar haqidagi fikrlar suhbat o'tkazishning dastlabki vaqtida umumlashtiriladi.

3. Intervyuerlarga nomzodlar haqida ijobiy axborotlar emas, balki salbiy axborotlar katta ta'sir ko'rsatadi.

4. Da'vogarning to'ldirilgan arizasi va uning tashqi ko'rinishi noto'g'ri fikr tug'ilishiga ta'sir ko'rsatadi.

5. Intervyuerlar o'zlarida paydo bo'lgan nomzod haqidagi o'zi fikrining tasdig'ini izlaydi.

Nomzodga keyingi imkoniyatlarni taqdim etish uchun barcha talab etilgan axborotlar yig'ilgandan keyin muhim hisoblanadi, ular quyidagilardan iborat:

- suhbatdoshga aytish kerakki, uning fikricha, suhbat jarayonida unga tegib ketmasligi yoki nima kamchilik bo'lganligi to'g'risida to'liq ma'lumot berish;

- taklif etilgan ish yoki xizmatga tegishli har qanday detalni aniqlash imkonini beruvchi nomzodga savollar berishni tavsiya qilish.

Faqat bundan keyin suhbatni tugatish jarayoniga o'tish mumkin. Qandaydir masalalar bo'yicha yakuniy xulosa chiqarishda kelishuv yoki o'zaro tushunishga erishish zarur. Da'vogar nimani hisobga olishi mumkinligi va bu qachon sodir bo'lishini aniq ko'rsatish

zarur. Ba’zida subyektiv moyillik va xush ko’rmaslik nomzodni intuitiv (ichki his bilan sezib) ravishda baholashda hal qiluvchi ichki sababni beradi. Kadrlar xizmati faoliyatida mavjud baholash tizimi, xususan, Germaniyada quyidagi talablar bo’yicha kiritilgan:

- bilimi;
- kasbiy tajriba;
- o’zining harakat tarzini, xulq-atvorini ushlab;
- yangilik kiritishga motivatsiya va aniq bir maqsadga qaratilganlik;
- axborotlar olish va intellektual layoqatga erishish;
- ishbilarmonlik muloqoti bo’yicha madaniyat;
- lavozimga umumiy mosligi.

Ko’p hollarda korxonalar nomzodni to’liq bilish maqsadida standart savollardan ishga qabul qilish oldidan suhbatga kirish bo’yicha rahbariyatdan foydalanadi. Bunday rahbariyat holatining ro’yxatini keltiramiz.

1. Suhbatga kirishish va salomlashish:

• nomzod bilan salomlashish va suhbat ishtirokchilarini taqdim etish;

• qulay muhitni yaratish haqida g’amxo’rlik qilishga yo’naltirilgan savollar, masalan, nomzod qanday yetib bordi, stolda turgan salqin ichimliklardan qaysilarini afzal ko’radi?

2. Korxonalar va lavozimlarning taqdimoti:

• korxonalar, uning bozordagi faolligi to’g’risida qisqacha ma’lumot; egallanadigan lavozim haqida ma’lumot (uning tavsifi, mutaxassislik talablari va boshq.);

• bu lavozimga xizmat doirasida o’sish imkoniyatlari.

3. Nomzodning lavozimga motivatsiyasi va uning kasbiy tajribasi.

Muloqotning ushbu bosqichida beriladigan savollar imkoniyati:

- Iltimos, o’z kasbingiz shakllanishi haqida gapirib bersangiz!
- Nima uchun Siz bu joyga talabgorlik qilyapsiz?
- Bizning tarmoqqa ishonchingiz nimaga asoslanadi?
- Bizning korxonamizga qiziqishingiz nimaga asoslanadi?
- Bu lavozimda Siz qanday salbiy tomonlarni ko’rdingiz?
- Bizda ishlashdan Sizning kutayotgan narsangiz.

4. Nomzodning shaxsi va ijtimoiy holatiga tegishli savollar, masalan:

- Sizning eng kuchli va kuchsiz tomonlaringiz nimada?
- Eng ko’p yutuqlar va omadsizliklar nimada?

• Sizning kasbiy rejalaringsizni xotiningiz (eringiz) taqsimlaydimi (o'rtog'lashadimi)?

• Besh yildan keyin Sizning kasbiy rivojlanishingiz qay darajada bo'ladi?

• Siz nimalarni o'qiysiz?

5. Mehnat kelishuvi natijasi va shart-sharoitlariga tegishli savollar:

• ish haqi;

• lavozimga kirishish vaqti;

• sinov muddati;

• ish vaqti (shartnoma muddati);

• ta'til miqdori.

6. Xulosa

• suhbatdan minnatdorchiligi;

• qarorlarni qabul qilish vaqtini aniqlash.

Tanlash bo'yicha suhbat tanlovning amalda keng qo'llanilgan usuli bo'lib qoladi va yana yollovchi nomzodlar bilan shaxsan tanishish imkoniyatiga ega bo'ladi. Biroq intervyuerlarning mumkin salbiy fikrda bo'lishi qarama-qarshi ta'sir ko'rsatadi. Tanlov bo'yicha oxirgi suhbatni o'tkazishning uslubiy ishlanmalari quyidagilarni hisobga olishi kerak:

a) salbiy fikrlarni bartaraf etish va taklif etilayotgan ishning tahlilini o'tkazish natijasida talab etilgan ro'yxat bilan muvofiqlikda da'vogarlarni baholashni o'qitish uchun intervyuerlarni jiddiy ravishda tayyorlash kerak;

b) real mavjud ish sharoitida yechiladigan texnik masalalarni modellashtirish, muayyan holatlarda nomzodning xulq-atvori va taklif etilayotgan ishning o'ziga xos xususiyatlari bilan to'g'ri aloqadorlikda kuzatib boriladigan eng aniq tarkibdagi suhbatdan foydalanish;

d) nomzodning oldingi faoliyati to'g'risida mavjud axborotlarning hayotiy tavsifidan foydalanish, uning kelgusidagi ishni bajarishdagi xulq-atvorini nazarda tutuvchi qiziqishlari va yutuqlari;

e) nomzodlarga taqdim etiladigan ish holatining tipik misollari va ularni bajarishni baholash bilan keng doiradagi testlardan foydalanish. Testlar quyidagi tavsiflarda bo'lishi mumkin:

• kasbiy tayyorgarlik — bilim va ko'nikmalar;

• intellektual daraja — umumiy intellektual salohiyati va muammolarni yechish mahorati;

• ishtiyoq — maxsus sifat, ya'ni o'z fikrini ifodalash mahorati, matematik bilimlarga oid qobiliyat, fazoviy tasavvur etish, epcillik, devonxona ishlaridagi ko'nikma;

- shaxsiy sifatlar — juda munozarali jihatlar, temperamentni aniqlash moyilligi, inson xarakteri va boshqalar;
- jismoniy xarakter¹.

Suhbat jarayonida nomzodga beriladigan savollarga javoblarni personalni boshqarish xizmatining rahbarlari o‘zlari beradi.

TAYANCH SO‘Z VA IBORALAR

Mehnat bozori; ish bilan bandlik; ishsizlik; mehnat bozori infratuzilmasi; ishga joylashtirish texnologiyasi; davlat ish bilan bandlik xizmati; kadrlar agentliklari; rekrut agentliklari; kasbga yo‘naltirish; kasbga tayyorlash, raqobat, ish bilan bandlik siyosati; yosh mutaxassislar; o‘quv yurti; ish izlash texnologiyasi, usullari; Internet; intervyu; intervyuer; nomzodlarni tanlash; intellektual salohiyat; og‘zaki va yozma muloqot vositalari; o‘z-o‘zini namoyish qilish texnologiyasi; samarali namoyish o‘tkazish qoidalari; nomzod uslubi.



NAZORAT SAVOLLARI

1. Mehnat bozorining mohiyatini tushuntirib bering.
2. Mehnat bozori ishlash mexanizmining tarkibiy unsurlari nimalardan iborat?
3. Mehnat bozori infratuzilmasining tarkibiy qismlari nimalardan iborat?
4. Ish bilan bandlik xizmati organlari faoliyatining asosiy yo‘nalishlari nimalardan iborat?
5. Ishga joylashtirishning huquqiy asoslarini tushuntirib bering.
6. Mehnat bozorida raqobat deganda nimani tushunasiz?
7. Yosh mutaxassislarni ishga joylashtirish qanday tamoyillar asosida amalga oshiriladi?
8. Mehnat bozorida bitiruvchilarning raqobatbardoshligini oshirish uchun qanday tadbirlar ko‘riladi?
9. Bitiruvchilarni ishga joylashtirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini tushuntirib bering.
10. Ish izlash texnologiyasi qanday usullar asosida amalga oshiriladi?
11. Ishga joylashtirishga ko‘maklashish bo‘yicha rekrut agentliklari faoliyati qanday yo‘nalishlarda amalga oshiriladi?
12. Ishga joylashtirish bo‘yicha nomzodlarni tanlashning intervyu usulini tushuntirib bering.
13. Ishga joylashtirish bo‘yicha intervyu o‘tkazishning xorij tajribasini tushuntirib bering.
14. Intervyu o‘tkazishda nomzodlarga qo‘yiladigan talablar nimalardan iborat?

¹ Управление персоналом организации. (Под ред. А.Я. Кибанова.) М., 1997. С. 177.

10-bob. MUVAFFAQIYAT PSIXOLOGIYASI

10.1. Muvaffaqiyat sari olti qadam

Shunday fikr borki, biznesda odamiylikni yoddan chiqara olgan va pul to‘plash mashinasiga aylanganlargina muvaffaqiyat qozonadi. Biroq, bularning barchasi xom xayol: pul topilishi mumkin, biroq yurakka quvonch kirmaydi. Hayot foizlar uchun kurash — qaqqshatgich jangga aylanadi.

Muvaffaqiyat sari olti qadam

1-qadam. Asosiy shart — energiyani bir joyga to‘play bilish, ya’ni maqsad sari intiluvchanlik, olg‘a intilishga bo‘lgan xohish, obro‘ va amalga intilish.

Kuchlaringizni qayerda va qachon sarflashni bilishingiz muhim. Energiyani to‘g‘ri taqsimlash qiyin emas: kunning boshida oldinda turgan ishlarning barchasini uncha katta bo‘lmagan qismlarga ajrating va ularning har birini alohida ko‘rib chiqing.

Vazifalarni galma-gal bajara borib, qilingan ishdan qoniqish hosil qilasiz.

2-qadam. Dangasaligingiz ustidan g‘alaba qozoning. Qiyin tuyulgan narsani bajarmaslikka o‘rganganmiz. Biroq, bu — oddiy dangasalikning namoyon bo‘lishi.

Hattoki, shundan foydalanib qolishga o‘rganing! Biror ishni tugallagach, maza qilib dam olishingizga o‘zingni ishontiring. Uni bajarayotib maksimum energiyani sarflang va siz kuchlaringizning behisobligiga ishonch hosil qilasiz.

3-qadam. O‘zingizni yo‘qotib qo‘ymang! Juda ko‘p insonlar uchun hayot — o‘zlarining odatiy kuchsizliklari bilan kurashlar zanjiriga aylangan. Bundan ko‘ra, befoyda mashg‘ulotni topish qiyin. O‘z harakatlaringizni ishingizni yengillatishga yo‘naltiring. Ish turlarini vaqt-vaqti bilan almashtirib bajaring.

4-qadam. Bir xillika qarshi kurashing. U har qanday boshlanishlarni barbod qilishi mumkin:

- ishni alohida bo‘laklarga ajrating va ularni bajarish muddatlarini belgilang. Belgilangan vaqtga ulgursangiz, o‘zingizga mukofot belgilang;

- har bir kun uchun asosiy maqsadni belgilang va unga erishish uchun intiling;

- haftasiga bir kunni, rejaning bajarilishini ta'minlash uchun qolib ketgan chala ishlarni bitirish uchun zaxiraga qoldiring.

5-qadam. O'z xotirangizdan to'g'ri va ongli ravishda foydalaning. Agar muvaffaqiyat qozonmoqchi bo'lsangiz, hech narsani unutmaslikka intiling. Xotirani qiynamaslik uchun har bir kunga ro'yxat tuzishga o'rganing.

6-qadam. Orzulardan qo'rqmang, o'z xatolaridan to'g'ri xulosa qilgan odamgina muvaffaqiyat qozona oladi. Omadsizlik yuz bersa, avvalo, ishni to'g'rilashga harakat qiling, keyin nimaga bunday bo'lganining tahlilini amalga oshiring va kelajakda buning qaytarilmasligining oldini olishga intiling.

- Orzu qilishdan qo'rqmang!
- Fantaziya qiling!
- O'z orzularingizni real voqelik bilan bog'lashga intiling!

10.2. Muvaffaqiyat sirlari

Muvaffaqiyatga yo'l — bu ta'lim olish yo'li. Nafaqat g'alabalardan, balki o'z xatolaridan ham o'rganishadi. Boshqalarning tajribasidan o'rganing!

Keyingi yetti tavsifnoma, qanday qilib nafaqat sportda, o'qish, biznes va siyosatda ham chempion bo'lish mumkinligini tushunishga yordam beradi.

O'z ishiga nisbatan fidoyilik. Har qanday faoliyatda muvaffaqiyatga erishish uchun fidoyilik kerak. Shuning uchun siz nimaga butun hayotingizni afsuslanmay baxshida etishingiz mumkinligini aniq belgilashingiz kerak. Aks holda intilishlaringizga jo'shqinlik yetishmaydi.

Bunday mashg'ulot siz uchun zerikarli bo'lmaydi. Siz unga kunning 12—15 soatini baxshida etishingiz mumkin. Charchoq to'g'risida so'z bo'lishi mumkin emas.

Jo'shqinliksiz har yetti tavsifnomaning birontasi ham chin ma'no kasb etmaydi.

Asosiy tamoyillarni o'rganishga sadoqat ko'rsatish. Yangi metodlarni o'rganish, yangi bilim, ko'nikma va salohiyatlarga ega bo'lish faoliyatingizni mukammal darajaga yetkazishga imkon beradi. Bu xususiyat timsoli sportchilar uchun tavsiflidir. Musobaqalarga tayyorlanishda sportchi bir mashqni mukammallashtirgandan keyingina boshqasiga o'tadi, kuchlarini taqsimlaydi,

raqibini baholaydi. Natijalarning doimiy tahlili, doimiy yangi harakatlar qayta aloqa va yana tahlil.

Maqsadga erishish, vazifalar yechimini topish va rejalarini bajarish. Muvaffaqiyat qozonish uchun maqsad va unga erishish vositalarini ko'ra bilish zarur. Rejani yaxshilab o'ylab ko'ring va uni bajarishga kirishing.

Yaxshilab o'z-o'zini tahlil qilishni amalga oshirish kerak. O'zingizning kuchli va kuchsiz tomonlaringizni aniqlang. O'zingizga nisbatan maksimal halol ish yuriting. Bu punktdagi muvaffaqiyatga mas'ullik sizning zimmangizda yotadi. Kuchli tomonlarni mustahkamlash va kuchsiz tomonlarni bartaraf qilish yuzaki emas, sifatli amalga oshirilishi kerak.

Faqat mana shunday yo'lgina rejalarini amalga oshiringizning yangi bosqichiga o'tish imkoniyatini beradi. So'ngra komponentlarning har birini alohida takomillashtirish masalasini qo'yish mumkin. Agar chempion qo'yilgan maqsadga erishish yo'lida qat'iyatli bo'lsa, unga yetishishni doimo o'ylasa, u yangi usul va yo'llarni izlab topadi. U maqsadiga erishadi, chunki u bu haqda 24 soat o'ylaydi.

Qat'iyatlilik. Maqsadga erishish harakatsiz, intilishsiz bo'lmaydi. Hamma narsa bo'lishi mumkin. Go'yo maqsadlarning jiddiyligini tekshirmoqchi bo'lganday, hayotda turli-tuman muammolar, imtihon va sinovlar bor.

Agar siz barcha qiyinchiliklarni muvaffaqiyatli bartaraf etsangiz, xatolar sizning kayfiyatingizni buzmaydi. Siz har safar yiqilganingizdan keyin o'rningizdan turasiz, xulosalar qilasiz, olg'a intilasiz va nihoyat manzilingizga yetasiz.

Shaxsiy jamoani tuzish. Agar cho'qqilarni bir o'zingiz zabt etmoqchi bo'lsangiz, bu fikringizdan qayting. Sizni qo'llab-quvvatlovchi jamoa kerak bo'ladi. Har bir odamning foydalanishga arzigulik, kuchli tomonlari mavjud.

Jamoangiz a'zolari bir-biriga kamchilik yoki xato izlab qaramasliklari kerak. Ular faqat bir yo'nalishda harakat qilishlari va bir maqsad sari olg'a intilishlari kerak. Jamoa vaqt mobaynida sinovlardan o'tgan, ishonchli odamlardan iborat bo'lishi kerak.

Noqulayliklar zonasiga chiqishga ko'nikish. Ikkita psixologik zona mavjud: qulaylik (komfort) va noqulaylik (diskomfort). Muvaffaqiyatga erishish doimiy o'zingizni yengishingiz bilan bog'liq. Har kuni shunday bir ish qilish kerakki, undan oldin siz biroz qo'rquvni his qiling. Maqsadni amalga oshirishga mo'l-jallangan faoliyat sizni qulaylik zonasidan tashqariga olib chiqadi.

Har bir odam o'zini yaxshi tushunadi, kuchsiz tomonlarini yaxshi biladi. Ularni kuchli tomonlarga aylantirish mumkin. Faqat bu og'riqli jarayon. Shuning uchun noqulaylik zonasiga chiqishga ko'nikish, ya'ni bunga e'tibor bermaslik kerak. Astasekinlik bilan qulaylik zonasini kengaytirib borish kerak.

O'ziga bo'lgan ishonch. Odamlarga, o'zining ishonchi yuqori bo'lgan odamlar bilan yonma-yon bo'lish yoqadi. Biroq bu xo'jako'rsinga bo'lgan ishonch bo'lmasligi kerak. O'ziga bo'lgan haqiqiy ishonch real ishlardan kelib chiqadi. Odam o'ziga qanday baho berishi muhim emas. Uning maqsadga erishishga bo'lgan intilishining jiddiyliги muhim. Shuning uchun bu odamlar o'z maqsadlari bilan boshqalarni ham ruhlantiradilar. Odamlar «shikoyat ustalari» bilan qolishni xohlamaydilar.

Oddiy odamni chempionga aylantirish uning ichki dunyosidan boshlanadi. Muvaffaqiyat qozonish uchun ishni kuchli xohish bilan boshlab, jasorat bilan tugallashingiz kerak. Boshlanishdan maqsadga erishgunga qadar, doimiy qat'iyat bilan ish olib borishingiz kerak.

TAYANCH SO'Z VA IBORALAR

Muvaffaqiyat sari olti qadam: maqsad sari intiluvchanlik; olg'a intilishga bo'lgan xohish; obro' va amalga intilish; dangasalik ustidan g'alaba qozonish; o'zini yo'qotib qo'ymaslik; bir xillikka qarshi kurashish; o'z xotirasidan to'g'ri va ongli ravishda foydalanish; orzu qilishdan qo'rqmaslik.

Muvaffaqiyat sirlari: o'z ishiga nisbatan fidoyilik; asosiy tamoyillarni o'rganishga sadoqat ko'rsatish; maqsadga erishish; vazifalar yechimini topish va rejalarni bajarish; qat'iyatlilik; shaxsiy jamoani tuzish; noqulayliklar zonasiga chiqishga ko'nikish; o'ziga bo'lgan ishonch.



NAZORAT SAVOLLARI

1. Muvaffaqiyatga olti qadamni sanab bering va uni tushuntiring.
2. Qaysi ruhiy xossaning yetti tavsifi tadbirkorga biznesda muvaffaqiyatli bo'lishiga yordam beradi?
3. Biznesda ruhiy holat qanday rol o'ynaydi?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. *SH.M. Mirziyoyev*. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash — yurt taraqqiyoti va xalq farovonligini garovi. T., «O'zbekiston», 2017.
2. *SH.M. Mirziyoyev*. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. T., «O'zbekiston», 2017.
3. *SH.M. Mirziyoyev*. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. T., «O'zbekiston», 2017.
4. *Sh.Z. Abdullayeva*. Pul muomalasi va kredit. O'quv qo'llanma. T., «ILM ZIYO», 2016.
5. *Sh.Z. Abdullayeva*. Bank ishi. O'quv qo'llanma. T., «Внешинвестпром», 2013.
6. *Ё. Абдуллаев, Ш.Юлдашев*. Малый бизнес и предпринимательство. T., «IQTISOD—MOLIYA», 2008.
7. *Y. Abdullayev, Q. Yahyoyev*. Soliq: 100 savol va javob. T., «Mehnat», 1997.
8. *Y. Abdullayev, F. Karimov*. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari: 100 savol va javob. T., «Mehnat», 2000.
9. *Y. Abdullayev*. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari. T., 2000.
10. *Q.H. Abdurahmonov*. Mehnat iqtisodiyoti (nazariya va amaliyot). Oliy o'quv yurtlari uchun darslik. T., «Mehnat», 2004.
11. *Q.H. Abdurahmonov*. Mehnat iqtisodiyoti va sotsiologiyasi. Darslik. T., «Fan va texnologiya» nashriyoti, 2012.
12. *Q.H. Abdurahmonov, B.Ch. Murtazoyev*. Mehnat bozori. T., 1999.
13. *G.Q. Abdurahmonova*. Kichik biznesda aholini ish bilan ta'minlash. Monografiya. T., «Iqtisodiyot», 2014.
14. *H. Aybeshev va boshq.* Marketing asoslari. O'quv qo'llanma. T., «ILM ZIYO», 2013.
15. *E.A. Akromov*. Korxonalarining moliyaviy holati tahlili. T., «Moliya», 2003.
16. *M.R. Boltaboyev, M.S. Qosimova, B.K. G'oyibnazarov, Sh. Ergashxo'jayeva, A.N. Samadov, Sh.I. Otajonov*. Kichik biznes va tadbirkorlik. O'quv qo'llanma. T., «Noshir», 2011.
17. *Н.П. Бородко*. Международная организация труда: структура и деятельность. Учеб. пособие/ Н.П. Бородко, А.А. Греченков, Л.А. Киселева. М., изд-во деловой и учебной литературы, 2006.
18. *В.И. Беляев*. Маркетинг: основы теории и практики. Учебное пособие. М., «КНОРУС», 2010.
19. Бизнес-планирование. Учебник. М., «Финансы и статистика», 2009.
20. *A.V. Vahobov, A.T. Ibrohimov*. Moliyaviy tahlil. Darslik. T., «Sharq», 2002.
21. Деньги. Кредит. Банки. Учебник. Под ред. Г.Н. Белоглазовой. М., «Высшее образование», 2009.

22. *A.S. Jo'rayev*. Yuridik va jismoniy shaxslarni soliqqa tortish. Kasb-hunar kollejlari uchun o'quv qo'llanma. T., «O'qituvchi», 2007.
23. *Дж. Эванс, Б. Берман*. Маркетинг. Пер. с англ. М., 2000.
24. *E. Egamberdiyev*. Mikroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma. T., «ILM ZIYO», 2013.
25. *U. Inoyatov, S. Ahmedov*. Iqtisodiyot va tadbirkorlik. T., «O'qituvchi», 2004.
26. *C.A. Карташов, Ю.Г. Одегов, И.А. Кокорев*. Рекрутинг: найм персонала. Учебное пособие. М., «Экзамен», 2002.
27. *C.A. Карташов, Ю.Г. Одегов, И.А. Кокорев*. Трудоустройство: поиск работы. Учебное пособие. М., «Экзамен», 2002.
28. *Кэтрин Кемпбелл*. Венчурный бизнес: новые подходы. М., «Альпина Паблишер», 2008.
29. *Кемпбелл Р. Макконнелл, Стенли Брю*. Экономикс. М., 1997.
30. *В.Г. Князев, Д.Г. Черник*. Налоговые системы зарубежных стран. М., «ЮНИТИ», 2003.
31. Конвенция № 34 МОТ от 29.06.33 г.ст.1.
32. Конвенция № 96 МОТ, ст.1.
33. Конвенция № 96 МОТ, ст.3 п.2.
34. Конвенции о содействии занятости и защите от безработицы: Конвенции и рекомендации МОТ. Женева, 1991. Т.2.
35. Конвенции МОТ и деятельность профсоюзов. Справочник. М., «Политиздат», 2001.
36. *T.S. Malikov*. Soliqlar va soliqqa tortishning dolzarb masalalari. T., «Akademiya», 2002.
37. Международная организация труда. Справочное пособие. М., «Дело и сервис», 2007.
38. *В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо, Дж.М. Кейнс, М. Фридмен*. Сочинения. Классика экономической мысли. М., «ЭКСМО Пресс», 2000.
39. *Муэрс Роджен*. Эффективное управление. Пер. с англ. Серия «Маркетинг и менеджмент в России и зарубежом». М., «Фипресс», 1998.
40. *Стивен Спинелли-мл., Роберт М.Розенберг, Сью Берли*. Франчайзинг. М., «Вильямс», 2006.
41. Temur tuzuklari. T., Cho'lpon nomidagi nashriyot, 1991.
42. *T. Uzoqov, I.E. Nosirov, M.A. Sultonov*. Kichik va o'rta biznes investitsiyalarini kreditlash. O'quv qo'llanma. T., «Moliya», 2001.
43. *M. Umarova, U.Eshboyev, K. Ahmadjonov*. Buxgalteriya hisobi. T., «Mehnat», 1999.
44. Управление малым предприятием: менеджмент и маркетинг. Учебное пособие. Под ред. И.В. Мишуровой. Ростов, «РИНХ», 2008.
45. *B.Y. Hodiyev, M.S. Qosimova, A.N. Samadov*. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. T., TDIU, 2010.
46. *Sh.R. Xolmo'minov, N.U. Arabov*. Mehnat bozori infratuzilmasi. O'quv qo'llanma. T., «Fan va texnologiyalar», 2016.
47. *K.Z. Homitov, F.T. Muhamedov*. Moliya bozori va birja ishi. O'quv qo'llanma. T., «DAVR», 2013.
48. *K.Z. Homitov, F.A. Hamidova*. Birja ishi. O'quv qo'llanma. T., «Noshir», 2014.

49. Z.Y. *Xudoyberdiyev*, K.Z. *Homitov va boshq.* Tadbirkorlik va biznes asoslari. Kasb-hunar kollejlari uchun o'quv qo'llanma (6-nashr). T., «ILM ZIYO», 2014.
50. S. *Xudoyqulov*. Soliq tizimi. O'quv qo'llanma. T., «ILM ZIYO», 2013.
51. Q.A. *Yahyojev*. Soliqqa tortish nazariyasi va amaliyoti. T., «Fan va texnologiyalar», 2003.
52. A. *O'lmasov*. Menejment va biznes asoslari. T., «Mehnat», 1997.
53. O'zbekiston Respublikasi Buxgalteriya hisobining milliy standartlari. T., 2002.
54. N.H. *Haydarov*. Soliqlar va soliqqa tortish masalalari. O'quv qo'llanma. T., «Akademiya», 2007.
55. B. K. *G'oyibnazarov*, X.O. *Rahmonov*, Sh.I. *Otajonov*, D.S. *Almatova*. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik — mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishni yuksaltirish omili. T., «Fan», 2011.
56. M. *Sharifxo'jayev*, Y. *Abdullayev*. Menejment: 100 savol va javob. T., «Mehnat», 2000.
57. X. *Shennayev va boshq.* Sug'urta ishi. O'quv qo'llanma. T., «Turon-iqbol», 2013.
58. С.В. *Шишин*. Малое предпринимательство: сущность, место и роль в национальной экономике. М., «ОЛМА-ПРЕСС», 2003.
59. И. *Шумпетер*. Теория экономического развития. М., 1982.
60. Что такое МОТ и чем она занимается? Стр.12. <http://www.ilo.org/>
61. Ли *Якокка*. Карьера менеджера. М., 1990.

MUNDARIJA

Kirish	3
--------------	---

1-bob. NIMA UCHUN AYNAN TADBIRKORLIK?

1.1. Biznes nima va odamlar nima uchun biznes bilan shug'ullanadilar?	6
1.2. Tadbirkorlik sifatлари va ko'nikmalari	14
1.3. O'z-o'zini band qilish	20

2-bob. BIZNES G'OYA – BIZNES ASOSI

2.1. G'oyalar generatsiyasi	26
2.2. Biznes konsepsiyasi. Biznes g'oyalarni izlash va tanlash manbalari	30
2.3. Tadbirkorlik salohiyatini baholash va qobiliyatini rivojlantirish	39
2.4. Tadbirkorlik faoliyati imkoniyatlarini aniqlash va baholash	45
2.5. Vaziyat tahlili (<i>SWOT</i> -tahlil)	49

3-bob. BIZNESNI TASHKIL ETISHNING TASHKILY-HUQUQIY SHAKLLARI

3.1. Biznesni tashkil etish shakllari: afzalliklari va kamchiliklari	51
3.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik hamda uni O'zbekistonda tashkil etishning o'ziga xos xususiyatlari	64
3.3. Turli shakldagi korxonalar	67

4-bob. BIZNESNI YO'LGA QO'YISH BOSQICHLARI, TEXNIK-IQTISODIY ASOSLASH

4.1. Mos keluvchi bozorni va korxonalar yerini tanlash	82
4.2. Texnik-iqtisodiy asosnoma nima?	89
4.3. Biznes-reja – ishning boshlanishi	94
4.4. Xususiy ishni tashkil etishning bosqichlari va amaliy qadamlar	104

5-bob. BIZNESNI BOSHQARISH VA MOLIYALASHTIRISH

5.1. Kadrlar va ishlab chiqarish jarayonini boshqarish	131
5.2. Boshlang'ich kapital va uning manbalari	149
5.3. O'zbekistonda tadbirkorlik subyektlarini moliyalashtirishning o'ziga xos xususiyatlari	157

6-bob. BIZNESNI MOLIYAVIY REJALASHTIRISH VA SUG'URTA

6.1. Moliyaviy rejalashtirish: daromad va xarajatlar rejasi	163
6.2. Buxgalteriya hisobi. Buxgalteriya hisobi tizimining uch turi	173
6.3. Sug'urtalash	196

**7-bob. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINI SOLIQQA
TORTISH TARTIBI**

7.1. Soliqlarning iqtisodiy mohiyati va amal qilish xususiyatlari	200
7.1.1. Soliqlarning iqtisodiy mohiyati, obyektiv zarurligi va xususiyatlari	200
7.1.2. Soliqlarning umumiy belgilari va boshqa iqtisodiy kategoriyalardan farqi	205
7.1.3. Soliqlarning funksiyalari va vazifalari	208
7.1.4. Soliqqa tortish tamoyillari	212
7.2. O'zbekiston Respublikasi soliq tizimi va uning tarkibiy tuzilishi	219
7.2.1. Soliq tizimining mohiyati va ahamiyati	219
7.2.2. Soliq tizimini guruhlash tartibi	220
7.2.3. To'g'ri va egri soliqlar	222
7.2.4. Umumdavlat soliqlari hamda mahalliy soliqlar va yig'imlar	225
7.3. Yuridik va jismoniy shaxslarni soliqqa tortish tartibi	229
7.4. Yagona soliq to'lovi	233
7.5. Soliqqa oid qonunbuzarliklar va ularga nisbatan qo'llaniladigan jazo choralari	236

8-bob. TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA MARKETING

8.1. Marketing saboqlari	241
8.2. Tadbirkorlik faoliyatida ishlatiladigan marketing strategiyalari	245
8.3. Marketing bo'yicha reja tuzish	249

9-bob. ISHGA JOYLASHTIRISH TEXNOLOGIYASI

9.1. Mehnat bozori, uning mohiyati va ishlash mexanizmi	267
9.2. Ishga joylashtirish va bandlik. Ishga joylashtirishning huquqiy asoslari	276
9.3. Kasbiy faoliyatdagi asosiy tushunchalar	285
9.4. Ish izlash texnologiyasi. Axborot bilan ishlash sohasidagi vakolatlar	297
9.5. Ishga joylashish maqsadida bandlikka ko'maklashish muassasalariga murojaat qiluvchilar bilan muloqot qilish etikasi	314
9.6. Ishga joylashtirish jarayonida tarjimaiy hol, intervyu, ish hujjatlari tuzish va boshqa o'z-o'zini namoyish qilish ko'nikmalari	323

10-bob. MUVAFFAQIYAT PSIXOLOGIYASI

10.1. Muvaffaqiyat sari olti qadam	335
10.2. Muvaffaqiyat sirlari	336
Foydalanilgan adabiyotlar	339

X73 JAMOA. Tadbirkorlik va ishga joylashtirish texnologiyasi asoslari. Kasb-hunar kollejlari uchun o'quv qo'llanma. — T.: «ILM ZIYO», 2017. —344 b.

UO'K: 334.722:331. 53 (075.32)

KBK 65.290

ISBN 978-9943-16-334-8

Z.Y. XUDOYBERDIYEV, K.Z. HOMITOV,
A. MURODOV, L.K. KO'PAYSINOVA,
N.U. ARABOV

**TADBIRKORLIK VA
ISHGA JOYLASHTIRISH
TEXNOLOGIYASI ASOSLARI**

Kasb-hunar kollejlari uchun o'quv qo'llanma

2-nashr

Toshkent — «ILM ZIYO» — 2017

Muharrir *I. Usmonov*
Badiiy muharrir *D. Hamidullayev*
Texnik muharrir *F. Samadov*
Musahhah *T. Mirzayev*

Noshirlik litsenziyasi AI № 275, 15.07.2015-y.

2017-yil 18-oktabrda chop etishga ruxsat berildi. Bichimi 60×90 1/16.
«Times» harfida terilib, ofset usulida chop etildi. Bosma tabog'i 21,5.
Nashr tabog'i 20,0. 3319 nusxa. Buyurtma №555

«ILM ZIYO» nashriyot uyi, Toshkent, 100129, Navoiy ko'chasi, 30-uy.
Shartnoma № 32—2017.

«NISO POLIGRAF» MCHJ bosmaxonasida chop etildi.
Toshkent viloyati, O'rta Chirchiq tumani, «Oq-Ota» QFY
Mash'al mahallasi Markaziy ko'chasi, 1-uy.