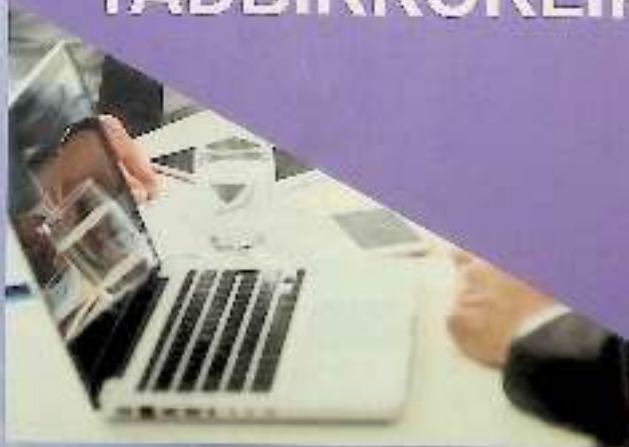


76.2  
33  
Q-65

90<sup>yil</sup>  
TBIU

D.S.QOSIMOVA

# XALQARO TADBIRKORLIK



Uzb. 2  
33  
Q-65  
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

D.S.QOSIMOVA

## XALQARO TADBIRKORLIK

O'zbekiston Respublikasi Oliv va o'rta maxsus ta'lim vazirligi  
tomonidan darshlik sifatida tavsiya etilgan



TOSHKENT 2021

UO'K:334.722(575.1)

KBK 65.9(U)09

Q 36

D.S.Qosimova, Kalqaro tadbirkorlik. Darslik. -T.:  
«Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyisi, 2021 - 332 b.

ISBN 978-9943-7628-8-6

Ushbu darslikda kalqaro tadbirkorlik nazariyasi, amaliyoti, me'yorlari va huquqiy asoslari, rivojlanishi hamda mazkur subyektlari faoliyati tahlili yoritilgan. Iqtisodiyotning bir sektorini krextona va tashkilotlari turi va shakllari, hashqarav usullari va qaror qabul qilish jarayoni, bir bir funksional faoliyati mazmuni, ularni rejalashtirish, tashkillashtirish, baholash, moliyaviy hamda xo'jalik va tadbirkorlik madaniyati masalalari ha'yida tushuncha berish nazarda tutilgan. Ushbu mutaxassislikka oid bilim va ko'nikmalarni oshirishda ahamiyatli hisoblanadi.

Oliy ta'lim muassasasi, qayta tayyorlash va kasb malakasini oshirish kurslari tinglovchilari hamda amaliy faoliyati olib boruvchi hashqarav vadimlari va barcha pag'ama talabalari uchun mo'ljallangan.

UO'K:334.722(575.1)

KBK 65.9(U)09

#### Taqqiqlilar:

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

**L.N.Qo'ziyev** - Toshkent moliya instituti «Audito kafedrasida professori, iqtisod fanlari doktori.

ISBN 978-9943-7628-8-6

© «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyisi 2021.

## KIRISH

Mutlaqatimizada tadbirkorlikni rivojlantirishga qaratilgan a'loqalar uchun saba yuksalishiga xizmat qilishi barobarida uning nazariy asoslarini kengroq yoritish talabini yuzaga keltiradi. Shu bilan bir qatorda, ushbu sohaga oid amaliyotda kuzatilayotgan yangi hodisa va jihatlari, hukumat tomonidan ko'rilayotgan choralar mazmuni-mohiyatini ham ochib berilishi nazarda tutilgan. Ushbu kitobda qo'llanilgan a'loqalar uslubiyati fan doirasidagi bilimlar chuqurroq talqin etilishiga yetarli darajada qaratilganligi tinglovchilarning mazkur saba bo'yicha tushuncha va ko'nikmalari shakllanishiga xizmat qilishi bilan ahamiyatlidir.

Asosiy nazariy qismini har bir tadbirkorlik tushunchasi, ularning nazari va shakllari, tashkil etilishi, huquqiy, ijtimoiy va iqtisodiy asoslari hisoblanadi. Amaliy jihatlari esa biznes va xalqaro tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va boshqarish (shartli to'xtatib o'tkazish, litsenziyalash, hisob raqamini yuritish, korporatsiya, sug'urtalash, standartlashirish va boshqalar), rejalashtirish, biznes madaniyati, holati talil etish, ekspert talohiyati va baxalashchiligi bahalash masalalari ko'rib chiqilishidir.

Tinglovchilar uchun ahamiyatli bo'lgan boshqarish usullari va qarorlarini qabul qilish, tegisra, boshqaruvni markaligga asoslangan holda alih harish zarurati talofli, marketing faoliyatini yo'lga qo'yish va uni rivojlantirish berish, saba va malyosiy rejalashtirish, kreditlash, miltirik etikasi hamda xizmat ko'rsatuvchi bozor infanzuzimlari (bujxona, Uzing, brokerlik, sug'urtali va kenzitang kompaniyalar, banklar, ulguri va chakana savdo muhandisi, ashanat-mishlat markazlari, amiltirik va injinering firmalari va boshqalar), klaster, murosing va franchayzing asosida tadbirkorlik faoliyati bo'yicha so'z yuritilgan. Investitsion jazihadarlikni hamda innovatsion yondaluvchi shakllentirish hamda ekspert shohiyatini oshirish kichik biznes va tadbirkorlikning istiqbolli vazifalari etanligini tasharga oigan holda ushbu masalalarga ham yetarli darajada mg'a berish dolzarb deb topildi.

Yaqoridagi kabi masalalar bo'yicha mutaxassislar tayyarlama, inglizcha va ushbu sohada nazariy va amaliy professional bilimni yuksaltirish, ulardagi ko'nikma va maharatni mustahkamlash mazkur tashning asosiy vazifasidir.

Ushbu saba rivojlantirish dair hukumat tomonidan qabul qilinayotgan qarorlardagi chora tadbirlarni talofli mavzoda yoritilib ko'rilishi nazarda tutilgan. Kitobning amaliyot bilan shahaburchasligini oshirishga xizmat beriydi.



## 1-BOB. XALQARO TADBIRKORLIKNING MOHIYATI VA MAZMUNI

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

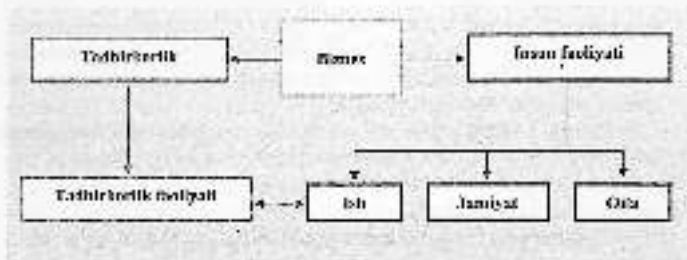
### 1.1. Biznes tushunchasining mohiyati. Biznes konsepsiyalari

Maʼnalarida biznes yuritishni yaxshilash, tadbirkorlik amovetilarini qoʻllab-quvvatlashga alohida eʼtibor yanqa kelajida ushbu sohda iqtisodiy-amoiyaviy koʻrsatkichlarni hir necha bec kama celurish uchun zsumu buʻla oladi. Jumladan, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 20-noyabedagi PQ-4525-son «Mazkur sohda biznes mahitini yanada yaxshilash va tadbirkorlikni qoʻllab-quvvatlash tizimini takomillashirish chura-tadbirlari toʻgʻrisidagi Qarori, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 34-oktyabr, PQ-4498-sonli «Oʻzbekiston Respublikasi rivojlanirish davlat dasturlari doirasida amalga oshiriloyotgan layihalarni kradalash tartibini takomillashirishning qoʻshimcha chura-tadbirlari toʻgʻrisidagi Qarori, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 5-oktyabr 2019-yil № 848-sonli «Oʻzbekiston Respublikasi Bosh vazirining tadbirkorlar murojatlariini koʻrib chiqish qahulxonalarini huzurida tadbirkorlarning jamoasalarilik kengashlarini tashkil etish toʻgʻrisidagi Qarori, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 13-avgust PT-5780-sonli «Xususiy mulkni hirvoya qilish va mulklarlar huquqlarining kafalarlarini kuchaytirish, tadbirkorlik tashahhuslarini qoʻllab-quvvatlash bacasidagi ishlarni tashkil qilish tizimini tuzdar takomillashirish haʼyida qoʻshimcha chura-tadbirlari shuningdek, tadbirkorlik subyektlarining moiiyaviy resurslar va ishlab oshiqirish infirruzi masadlar foydalarni inkoniyatlarini kengaytirish toʻgʻrisidagi Tuzma va hushqalari cabul qilinganlarini shah qilishini mazkur.

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

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

«Biznes» tushunchasi biznesni tashkil etish, o'qish va o'qish bilan bog'liq shaxsning amaliy faoliyatini belgilaydi va har qanday shaxsning oilada (uy xo'jaligi, mamlakatda o'qish, garcha ishlab va lokaz), jamiyatdagi (jamiyaviy ish kauleri) va har qanday shaxsning faoliyatini anglatadi. Shu jumladan, tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir qiladi (1-chizma).



1.1-chizma. Ijtimoiy faoliyatidagi biznesning o'rnini

«Biznes» so'zina so'z o'qish deb tarjima qilinadi. Biznes qilish niradilar qilishni anglatadi. Odam har joyda biznes mavjud. Hozir

qanday munosabatlarga ega, har qanday iqtisodiy munosabatlarning moddiy va ma'naviy natijalari, inson mehnatining natijalari bilan taqqulashadi. Buning sababi, iqtisodiyotda ishni ko'ngilovchi mavjud - odamlar, narsalar va odamlarning narsalarga munosabati. Bu shuni anglatadiki, har qanday iqtisodiy munosabatlar ushbu uchta komponentning o'zaro bog'liqligi bilan belgilanadi. Ammo shunga, o'zaro munosabatlar jarayonida vujudga keladigan narsalar va munosabatlar natijasi insonning tabiiylik faoliyatiga, balki har qanday insonning ilmiy, ijtimoiy hayotda va ishda ishtirok etadigan faoliyatiga ham vujud beradi. Bu shuni anglatadiki, har qanday iqtisodiy munosabatlar inson faoliyatining har qanday sohalaridagi ushbu uchta komponentning o'zaro bog'liqligi bilan belgilanadi.

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

Birinchisi. Biznes bu tabiiylik faoliyatidir;

Ikkinchisi. Biznes - bu insonning ehtiyoj hayotida dastlab paydo bo'ladigan, uning mehnat faoliyati yoki tabiiylik faoliyati bilan bevosita bog'liq bo'lmagan sharoitlarini qondirishga qaratilgan kundalik faoliyati.

Biznes vujudga kelishiga bo'lgan ehtiyoj. Har qanday jamiyatning rivojlanishi ushbu jarayonning faoliyati bilan ta'riflanadi. Odamlar iqtisodiy faoliyati moddiyda, ammo bu, o'rnatilgan maqsadga erishish, o'g, ma'naviylik va hissiyatning ishi bilan cheklangan. Odamlar iqtisodiy rivojlanishning harakatlanuvchi kuch bo'lib, ularning faoliyati nuqtayi nazaridan bir biznes niyatini ko'rib chiqishimiz mumkin.

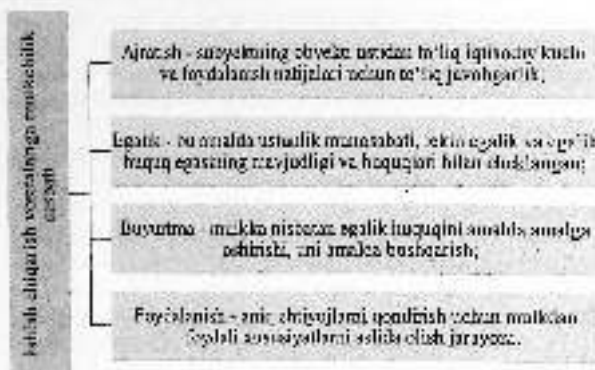
Biznes boshqarish usuli, fikrlash turi, ijro etish tarzi sifatida ishlaydi. Binobarin, bir tomondan, biznes bozor kategoriyasi, ya'ni iqtisodiy kategoriya, ikkinchi tomondan, biznes inson hayotining har qanday sohalarida talabga ega.

Tabiiylik faoliyatining vujudga kelish zaruriyati tabiiy tarzi jarayonidir. Insoniyat rivojlanishi bilan, jamiyatning iqtisodiy munosabatlari o'zgarib borgan va ularni iqtisodiy munosabatlarda, tabiiylik faoliyati yoki boshqa faoliyat sifatida namoyan qiladigan biznes ham rivojlanadi.

Har bir kishining har qanday faoliyati o'z yoki boshqalarning ehtiyojlaridan kelib chiqadi. Ma'lum bo'lishda, biror biror ehtiyoj



chiqarish munosabatlari tizimining asosini tashkil qiladi. Ular quyidagilarga qamrab oladi:



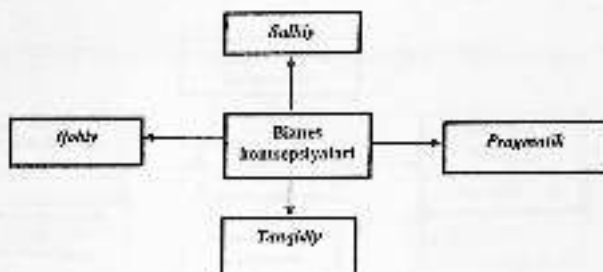
Mulk munosabatlari iqtisodiyotning muvaffaqiyatli rivojlanishiga ta'rif berib, ular bilan iqtisodiy jarayonni o'z ichiga oladi. Bu iqtisodiy tizimlar mulkchilik shakllarida turib va ekanligi ta'rif berilgan bahsli ish uchun asos yaratadi. Bugun mamlakatimiz iqtisodiy tizimni xususiy mulkka asoslanadi. Sobiq SSSR paytida iqtisodiyot asosan davlat mulkiga asoslangan edi.

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

Faqat davlat mulkiga sayarib, hozir iqtisodiyotiga ega bo'lgan iqtisodiyotni qurish mumkin emas.

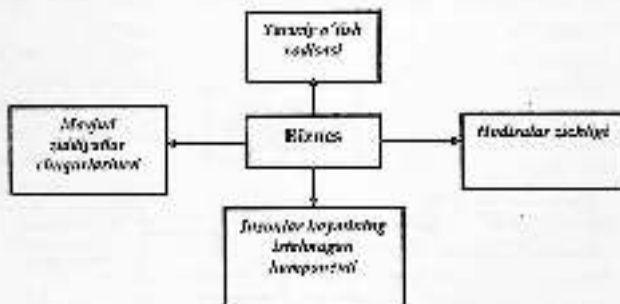
Xususiy mulkka ishtirokidan hozir iqtisodiyotiga o'tish o'zgarishga munim emas. Guruh, jamoa, kooperativ, aksiyadorlik ulushidagi kabi mulkchilik shakllari tarixan xususiy mulkning rivojlanishi natijasida vujudga kelgan.

**Biznes konsepsiyalari.** Konsepsiya - bu obyektiv hodisaga nisbatan barqaror, mantiqiy bog'liq bo'lgan qarashlar tizimi. U amiyatda biznesga nisbatan quyidagi tushunchalar mavjud: ijodiy, tarqidiy, pragmatik va salbiy (1.2-chizma).



1.2-chizma. Biznes konsepsiyalari

**Tanqidiy biznes konsepsiyasi** – jamiyning biznesga bo'lgan salbiy munosabatiga asoslangan. Ushbu konsepsiya tarafdorlari bozor munosabatlari subyektlari bo'shqa bozor munosabatlarining subyektlari hisobidan boyitilgan xudbin maqsadlarini ko'zlatmoqda (1.3-chizma).



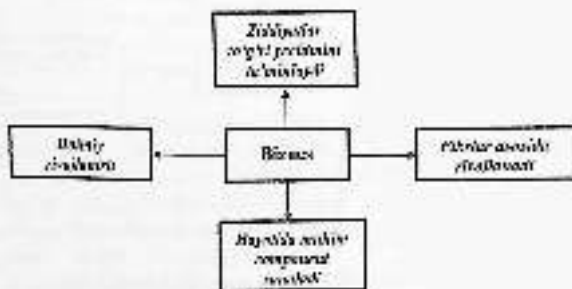
1.3-chizma. Biznesning tanqidiy konsepsiyasi



1.4-chizma. Biznesning ijobiy konsepsiyasi

Biznesning ijobiy konsepsiyasi – biznes rivojlangan bozori va sivilizatsiyalashgan jamiyatning ajralmas va muhim hisoblanadigan jamiyatning muqimiy nazarini aks ettiradi (1.4-chizma).

Biznesning pragmatik konsepsiyasi – bozor muhitida sodir bo'layotgan har bir hodisa va jamiyatlarga mutanosib ijro va faoliyat yuritishdan iborat bo'lib, 1.5-chizmada namoyon etilganlarga asoslanadi.



1.5-chizma. Biznesning pragmatik konsepsiyasi

Biznesning negativ konsepsiyasi 1.6-eltizmada ifodalab berilgan.



1.6-eltizma. Biznesning negativ konsepsiyasi

## 1.2. Tadbirkorlik nazariyasi va tadbirkorlik amaliyotini ilmiy anglash jarayonining rivojlanishi

Tadbirkorlik zamonaviy iqtisodiy turidir, tadbirkor huquqiy layoqati eʼtiborlanmagan, yaʼni harakat qilishga qodir har qanday fiqaro boʻlishi mumkin. Kollektiv tadbirkorlar, sheriklar oʻzlarining imni, qonuniy ravishda oʻlga kiritilgan boshqa mulklardan ham foydalanadigan fiqarolarning birlashtirilishi boʻlishlari mumkin.

Birga, ular tadbirkor boʻlish huquqiga ega boʻlganlarning barchasidan yiroqda boʻlishlari kerak. Muvaffaqiyatli tadbirkor boʻlish uchun sizga qobiliyat, bilim, koʻnikma, kuch, tabiiy sovgʻa kerak. Bularning barchasini hisobga olinmaganda, baʼzida omadga erishilangiz mumkin, bu yoʻqotishlar, muvaffaqiyatsizliklar yoki hatto bankrotlik hilar almashtiriladi. Bundan tashqari, siz chinokan tadbirkorlik bu kuyonlarning sochlari emas, balki ogʻirlik va charchagan kundalik ish ukanligini bilishingiz kerak. Ammo bugungi zunda iqtisodiy, ayriqsa ruslar, ishbilanmular qalamini suskalanirishiga qodir boʻlgan bunday ishbilanmon, gʻayratli odamlarga juda muhoj. Tadbirkorlik sari harakat - bu iqtisodiyotni yurgilash, ruslarda ay ogasini jonlantirishning zamonaviy usuli.



Ijtimoiy munosabatlarning namoyon bo'lishidagi aniq shakllardan bir sifatida tadbirkorlik mallaqat jamiyatning moddiy va ma'naviy salohiyatini oshirishga yordam beradi, har bir shaxsning qobiliyatini va iste'dodini amalda ko'ryobga chiqarish uchun zamin yaratadi, balki millat birligini, uning milliy ruhi va milliy g'ururini saqlab qoladi. Yana bir muhim jihati ta'kidlash kerak - ishlab chiqarish bilan bog'liq munosabatlarni fan va tadbirkorlik, menejment kabi fanlar o'rganadi. Tadbirkorlik va menejment o'rtasidagi jiddiy farq nima?

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

Tadbirkorlik nazariyasini rivojlantirishning hozirgi bosqichini tadbirkorlik harakatlarni tahlil qilishda boshqaruv va innovatsion jihatlarga, va shu bilan tadbirkorlik munosabatlari tahlil qilishning fanlarni darajasiga o'rish bilan bog'liq holda ajratib ko'rsatish mumkin.

O'z navbatlarida zamonaviy tadbirkorlik yangi iqtisodiyotlarni doimiy qidirish, innovatsiyalarga o'lib borish, muammolari hal qilish uchun turli manbalardan manbalarni jalb qilish va ularda foydalanish qobiliyatiga ega bo'lgan maxsus, innovatsion, byurokratik boshqaruv uslubi sifatida tavsiflanadi. Bizning fikrimizda, bunday yondashuv ma'lakalarimizda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun ham muhimdir. Shu bilan birga, ta'kidlash kerakki, o'z korxonasini yaratish va rivojlantirish uchun tadbirkor amaldagi qonunchilik asosida resurs manbalarni o'zlashtirish kerak.

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

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

Bugungi kunda dunyoda tadbirkorlik degan umumiy qabul qilingan ta'rif mavjud emas. Amerikalik olim, professor Robert

Xitrich tadbirkorlik tushunchasini quyidagicha tushuntadi: «Bu yangi qiyosat yaratish jarayoni» va tadbirkor – bu «unga barcha zarur vaqt va kuchni sarflaydigan, barcha moliyaviy, psixologik va mas'uliyatni o'z zimmasiga oladigan odam. Mukofot sifatida pul olish va yutuqlardan mamnun bo'lgan ijtimoiy xavf». Iqtisodiy, siyosiy, psixologik, boshqaruv va boshqa muqimiy nazardan tadbirkorlik va tadbirkorlikni tavsiflovchi ko'plab boshqa ta'riflar berilgan.

**Birinchi bosqich**

*XVIII asrda  
vujudga keldi:  
Tadbirkorlikni  
o'rganish  
tadbirkorlikning  
tavakkoliga  
diqqatni jamlash  
bilan bog'liq edi.  
Ushbu pozitsiya  
iqtisodiy nazariya  
klassiklari  
R. Kanti bilan,  
M. Piter va  
R. Xitrich, A. Sadi  
va boshqalarning  
asarlarida o'z  
ahlini topgan.*

**Ikkinchi bosqich**

*XIX asr boshlarida  
tadbirkorlikning  
ilmiy tushunchasi  
vujudga keldi. Va bu  
ma'noy asosiy  
farqlovchi nazariyati  
inonuvchisi sifatida  
qiyosilishi bilan  
bog'liq. Ushbu  
muqimiy nazar  
o'rganilgan  
iqtisodchilar J.B.Smy,  
J. Shumpeter,  
P. Deuch va  
boshqalarga tegishli.*

**Uchinchi bosqich**

*XIX asr oxiri – XX asr  
Bu tadbirkorlikning o'ziga  
xos xususiyatlariga, shu  
jumladan iqtisodiy va  
ijtimoiy vaziyatdagi  
o'zgarishlarga javob  
berish qobiliyati,  
qarorlarni tanlash  
va tashlashda mustaqillik,  
boshqaruv qobiliyatining  
mavjudligi va  
iqtisodiy tizimda turishga  
soliq prinsipi sifatida  
tadbirkorlikning roli  
to'g'risida. Ushbu g'oyalarni  
rivojiga  
R. Xitrich, M. Piter,  
A. Xosling va  
boshqalar katta hissa  
qo'shganlar.*

Ingliz professori Alan Xosling da'vo qilmogda: «Yakka taniladigan tadbirkor – bu biznesni o'z hisobidan amalga oshiradigan, biznesni boshqarish bilan shug'ullanadigan va zarur mablag'larini berish uchun shaxsni javob beradigan, mustaqil ravishda qaror qabul qiladigan shaxs. Uning mukofoti – bu tadbirkorlik faoliyati

natijasida olingan foyda va erkin tadbirkorlarni davami ettirishdan olgan qiziqish hissi. Ammo, shu bilan birga, u ko'pchasi bankrot bo'lgan sharoitda yo'qotishlarni to'liq o'z zimmasiga olishi kerak.

Amerikalik olim R.S. Rosnstadt, tadbirkorlik boylik o'rnatirishning dinamik jarayonidir. Boylik pul, amaliy, martaba xavlini eng yuqori darajada bo'lgan, a'x biznesini tashkil qilish uchun vaqtini salf olinmaydigan, muajzalarga yangi mahsulot yoki xizmatni taklif qiladiganlar imonidan yaratiladi. Ushbu mahsulot yoki xizmat mutalaco yangi narsa bo'lishi shart emas; asosiysi, tadbirkor o'ltga yangi salohiyatni hera olishi, qiyamatni oshirishi, buning uchun zarur kuch va vositalarni salf qilishi.

Rossiyalik iqtisodchi olim A.V. Busiginning nuqtayi nazarini alohida qiziqish uyg'otmoqda. Busigina tadbirkorlikning asosiy tushunchalari ta'g'irishda: «... ma'lum bir shaxsiy g'oyalarni amalda o'yubga chiqarish uchun mansuqil biznes faoliyatiga bo'lgan xohish va harakatlara. A.V. Busiginning an'zariga ko'ra, tadbirkorlik – bu biznes yaratish san'ati, eng avvalo biznes dizayni shaklida amalga oshiriladigan fikarlarni jarayoni. Tadbirkorlik degan ta'rifni to'ratish mumkin: «Tadbirkorlik – bu shaxsiy foyda va manfaatlarining kambinatsiyasi asosida foyda olish uchun sarfmaye kiritishni o'z ichiga oladigan faoliyats».

Shuni ta'kidlash kerakki, tadbirkorlik iqtisodiy faoliyatning alohida turi sifatida ishlaydi, chunki uning boshlang'ich bosqichi sharoitda faqat g'oya – ta'fiy faoliyat natijasi bilan bog'liq bo'lib, keyinchalik moddiylashgan shaklini oladi.

Faoliyatning (faoliyatning) asosiy subyekti bu shaxs, shuning uchun tadbirkorlik faoliyatining asosiy subyekti tadbirkor hisoblanadi. Demak, tadbirkorlik – bu tashabbuskorlik, mas'uliyat va innovatsion tadbirkorlik g'oyasiga asoslangan insoniy faoliyatning o'ziga xos turi. Iqtisodiy faoliyat – bu shaxsning ijtimoiy ishlab chiqarishda ishtirok etish shakli va a'zi va uning o'la a'zolarining inoyatni ta'mirlash uchun ma'naviy mahlag'larni jalb qilish usuli. Shaxsning ijtimoiy ishlab chiqarishda ishtirok etish shakli ijtimoiy funksional burch yoki ularning kambinatsiyasi bilan belgilanadi, ya'ni shaxs quyidagi imkoniyatlarda harakat qilishi mumkin: Constant doimiy va kafolatli.



Hil o'z ismini atadigan ishlati (faktirkada toras, maktabda o'qituvchi va boshqalar); individual yoki tarixdagi prodyuser (o'z asarlarini sotibdan daromad oladigan erkini rassom yoki mashina taksidan foydalanuvchi va shu kabi daromadlardan yashaydigan haydovchi); davlat yoki municipal xodim; menejer (boshqa kompaniyaning menejeri); o'zlashtiruvchi (o'zgan faoliyat natijasida ijtimoiy ishlab chiqarishda passiv ishtirok etish shakli); o'quvchi yoki talaba (kollejda har qanday shaklda ijtimoiy ishlab chiqarishda ishtirok etish uchun tayyorgarlik bosqichi sifatida); ishsizlar (ijtimoiy ishlab chiqarishda qatnashmaslik yoki ishlab chiqarishni to'xtatib turishning majburiy shakli) sifatida), madonlar va xavfsizlik sohalarida (savtiya, palitsiya, davlat xavfsizligi) shug'ullanuvchi; iqtisodiy jinoiy faoliyat bilan shug'ullangan - reker, o'g'irlik.

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

*To'g'ridan-to'g'ri ishlab chiqarish funktsiyalarini bajarish*  
*Tovarlar (mahsulotlar) ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko'rsatish (tuzatish, mahsulotlik kompaniyasi, xavfsizlik kompaniyasi, mahsulotlik kompaniyasi yoki shaxsiy tuzatish)*

*Funktsionallik funktsiyalarini bajarish*  
*Mahsulotni borsarda ilgari zavish va uni tegishli ijtimoiy maqsad shaklida bunday mahsulotni borsada ishlab chiqaruvchidan o'ziga mahsulotga o'zlashtirish bilan bog'liq xizmatlar.*

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

Tadbirkorlik bu korxonalarining innovatsion xatti-harakatlariga, g'oyalarni topish va ulardan foydalanish, ularni aniq tadbirkorlik loyihalariga tarjima qilish qobiliyatiga asoslangan muallafa

yangi boshqaruv turi. Bu, qoida tariqasida, talabga javob beradigan biznesdir, lekin muvakkil qilmaydigan kishi oxir-oqibat muvaffaqiyat qozonolmaydi. Bireq, xavf jangal xavfi natida, Tadbirkor o'z biznesini yaratishga qaror qilishdan oldin (bu alahida muhokama qilinao) ehtiyoorkorlik bilan hisob-kitoblarni amalga oshirishi, o'z ichki sezgisini e'tiborsiz qoldirmasdan, taklif etilayotgan savdo bazon va raqobatchilarni amlakovlik bilan o'rganishi kerak. Tadbirkorlik birinchi navbatda amlalo chiqarishning harcha amillaridan iqtisodiy o'lishda va alahida fuqarolarning va urumman jamiyatning ehtiyoqlarini qandirishda samarali foydalanish bilan bog'liq. Tadbirkorlikning asosiy vazifasi aniq iste'molchilarga tovarlar (xizmatlar, ishlar) ishlab chiqarish, o'lish kelish va buning uchun moddiy va ma'naviy mukofotlarni o'lishdan iborat bo'lishi kerak. V.I. yozganidek: «Uzoq bo'lak – amalan ishni topshirish bilan davom etish, yangi biznesni amalga oshirishga qaror qilish». Fuqarolik huquqida ushbu tushunchaning ta'ofi maniskanda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun omlanadi.

#### **Tadbirkorlik faoliyatida intrapreneuring**

Mamlakatimizda buzor iqtisodiyotining shakllanishi va rivojlanishi o'yoektiv davishda uning barcha darajalarida, birinchi navbatda, korxonalar (firmalar) ning asosiy ishlab chiqarish aloqalari darajasida mutlaqo yangi amlal va boshqaruv usullarini yaratishni va amalga oshirishni talab qiladi. Menajmentning ushbu shakllari va usullari buzor iqtisodiyoti faoliyatining asosiy prinsiplariga mos kelishi, tashqi mahitning o'zgarishiga yuqori darajada «reaksiya» berishi, buzorni boshqarish falsafasi (marketing) va biznesni tashkil etishning ilg'or yo'nalishlariga moslangan bo'lishi kerak.

Hozirgi vaqtda nazariy tadqiqotlar nafaqat tadbirkorlikni mustaqil, mustaqil savdo biznesini amalga oshirish usuli sifatida, balki kompaniya ichidagi tadbirkorlik yoki intrapreneurizatsiya masalalariga ham e'tibor beradi. «Intrapreneurs» atamasini amerikalik tadqiqotchi G. Pinshaw aytilib tovgan. Shuningdek, u birinchi marta «intrapreneur» dazi kelib chiqqan boshqa amalan ishlatgan.

«Intrapreneuring» tushunchasi ikkita so'z biriktirasidan kelib chiqdi: «intrapreneur» – korxon yoki tadbirkorlik va lotincha «intra» – profika – ichkarida. Shunday qilib, bu tushuncha o'ichki biznes» degur ma'roni anglatadi.

Korxonada ichidagi tadbirkorlikning mohiyati intrapreneurlik, Mahalliy unvonsizlar tomonidan shartlash jarayoni, pozitsiyasi va tuzilishidan kelib chiqib, jamoaning pozitsiyasi sifatida berilgan. G.L.ga ko'ra Bagiyev va A.N. Asaula: shartkorlar o'rtasida ishlabchilik ruhini rivojlantirish va mavjud korxonada amalga oshirishni anglatadi. Lekin korxonaning muayyan mahsulot (ish yoki xizmat) ishlab chiqaradigan mavjud korxonada innovatsion tadbirkorlik g'oyalarini ilgari surish uchun shart-sharoitlarni yaratishni o'z ichiga oladi:

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

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

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

Intrapreneurizatsiya maqsadi quyidagilar hisobiga korxonaning samaradorligini oshirishdir:

- xodimlarning ijodiy potentsialini faollashtirish va undan foydalanish;
- korxonada resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish;
- o'zgarayotgan bozor sharoitlariga tezkor javob berish;

- turli xil yangiliklarni tezkor amalga oshirish (texnik, tashkiliy va h.k.);
- ishlab chiqarishni yanada rivojlantirish uchun zamon yaratish.

### **Intrapreneurizatsiyani rivojlantirish uchun zarur shart-sharoitlar.**

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

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

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

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

Bundan tashqari, sanab o'tilgan sabablar har qanday fers-major holati (tabiiy ofat, birtaraf etilishi kerak bo'lgan favqulodda vaziyat), shuningdek mahsulot innovatsiyalarini (narxsiz raqobat) rivojlantirish va rivojlantirish orqali. Ikkinchi mahsulotning raqobatbarorligini oshirish zarurati bilan ta'kidirilishi kerak. Shu jumladan texnologik innovatsiyalarni joriy etish orqali – yangi, innovatsion yechimlarni izlashga yo'naltirilgan tadbirkorlik rihini yaratish.

#### **Intersubstitsiya uchun sharoitlar.**

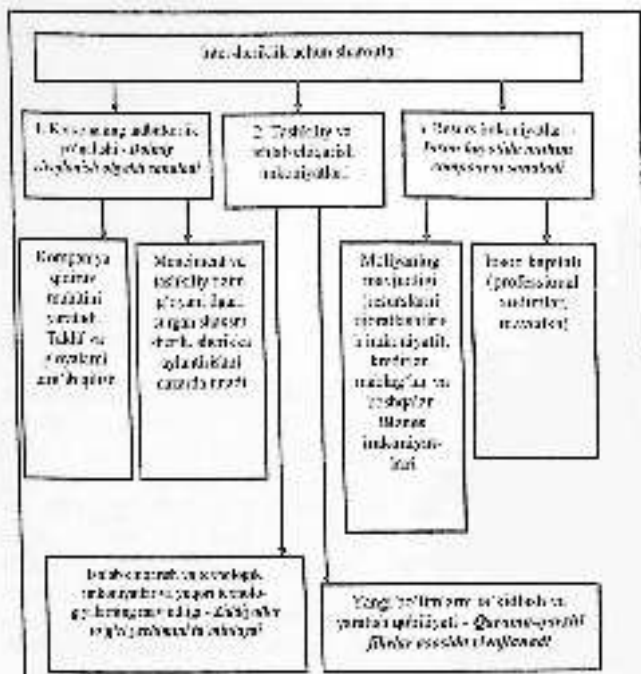
Intrapreneurizatsiyani shakllanishi uchun sharoitlar (8-ehizimga qarag'anda):

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

2). Texnik va ishlab chiqarish qobiliyatlari, bu tadbirkorlik tashkilotining yuqori innovatsion va texnologik potentsialining mavjudligini va yangi tadbirkorlik tuzilmalarini (vaqtincha ishlab chiqarish guruhlari, amalga oshirish bo'limlari) yaratish, potentsial bo'lishi



mumkin bo'lgan ilmiy va texnik g'oyalarning komparativ tahlil va bahosining barcha darajalarini aniqlash uchun, katta samara beradi.



1.8-chizma. Iqtisodiy fikrlash strategiyasi yaratish samalari

3). Resurs imkoniyatlari integratsion rivojlanishining eng muhim shartlaridan biri bo'lib, yangi texnologiyalarni, uskunalarni ishlab chiqarishni yoki sotib olishni ta'minlaydigan moliyaviy va moddiy resurslarning mavjudligini, shuningdek, yangi texnologiyalarni muvaffaqiyatli ishlatishga yo'naltirilgan malakali kadrlarni mavjud tutadi.



Jariyon sifatida tadbirkorlik tadbirkorining g'oyasi paydo bo'lgandan boshlab uni amalda amalga oshirishgacha bo'lgan deyarli, maqsadli bosqichlardan iborat. Agar biz tadbirkorlikni keng ma'noda jariyon deb hisoblasak, unda bu yangi tadbirkorlik g'oyalarni qidirish va tahlil qilish, ayni paytda tadbirkor bozor sharoitlari va uning iqtisodiy foydalariga, g'oyalarni amalga oshirish uchun maqsadlarni shakllantirishda qaratilgan. Keyin g'oya yangi yoki samaraliroq mahsulot, iste'molchi tomondan talab qilinadigan va tadbirkorga foyda keltiradigan xislatlarni yaratish maqsadida tadbirkorlik loyihasida amalga oshiriladi.

Ba'zi olimlarning fikricha, tadbirkorlik ham siyosiy vazifaga ega, uni odamlar tadbirkorlar uyushmalari (birlashmalari) amalga oshiradilar. Tadbirkorlikning eng muhim funksiyasi – bu rasura. Tadbirkorlikni rivojlantirish ko'paytiriladigan va chetlangan resurslardan samarali foydalanishni o'z ichiga oladi va resurslarni ishlab chiqarishning barcha moddiy va nomoddiy sharoitlar va amillari deb tushunish kerak. Albatta, birinchi navbatda, mehnat resurslari (keng ma'nuda), yer va tabiiy resurslar, ishlab chiqarishning barcha vositalari va ilmiy yutuqlar, shuningdek, tadbirkorlik qobiliyati. Agar u o'z hissasini tashkil etadigan ilmiy-texnik g'oyalarni, faoliyat sohasidagi yangiliklar yaratishi, yuqori mahallali ishlatilishdan foydalanishi va barcha turdagi resurslardan samarali foydalanishi mumkin bo'lsa, tadbirkor yuqori natijalarga erishishi mumkin. Ammo tadbirkorlarning maksimal darajasidagi (foydaligi) otilish ko'pincha resurslardan yiqitish foydalanishga olib keladi. Dunday tadbirkorlar o'z faoliyati bilan atrof muhitga va jamiyatga zarar yetkazadilar. Shu nuqtani nazardan, qarama-qarshi va tekislanishi xarakteriga ega bo'lgan resurs vazifasini muvofiqlik uchun tadbirkorlikning javobgarlik shaklini belgilovchi dastlarning tartibga soluvchi roli katta ahamiyatga ega.

### Tadbirkorlikning funksiyalari

Tadbirkorlikning funksiyalari va tashkili Rivojlangan, Inzori qobiliyatli sharoitida tadbirkorlik tadbirkorlik (kompaniyalar, firmalar), yoki tabiiy tadbirkorlik, shuningdek tadbirkorlik tadbirkorlikning **markaz** hisoblanadi. Ushbu ma'noda tadbirkorlikning funksiyalari belgilanadi:

ijodiy ishlovchi (inovatkor)	* raqam	* ijtimoiy	* tashkiliy
------------------------------	---------	------------	-------------

Tadbirkor, resurslarning egasi sifatida, ulardan oqilona foydalanishdan manfaatdor va shu bilan birga jamoat resurslariga nisbatan shalqatsiz bo'lishi mumkin. Bunga tadbirkorlikning rivojlanish tarixi va ilmiy va texnologik inqiloblar tarixi, buning oqibatlari inson uchun qarama-qarshi bo'lganligi guvohlik beradi.

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

Ishtirokchilik tashkilotlari qanchalik samarali faoliyat ko'rsatsa, ularning mablag'lari turli darajadagi byudjetlarga va davlat byudjetidan tashqari ijtimoiy jamoatlariga oqim sezilarli bo'ladi. Shu bilan birga, tadbirkorlikni rivojlantirish ish o'rinlari sonining ko'payishini, ishchiлик darajasining pasayishini va xodimlarning ijtimoiy mavqeiining oshishini ta'omlaydi.

Tashkiliy funktsiya tadbirkorlar tomonidan o'z biznesini tashkil etish, uni diversifikatsiya qilish to'g'risida, korxonalar ichidagi tadbirkorlikni joriy shabda, tadbirkorlik menejmentini shakllantirishda, murakkab tadbirkorlik tuzilmalarini yaratishda, tadbirkorlik funksiyasining biznes strategiyasini o'zgartirishda va boshqalar to'g'risida mustaqil qaror qabul qilishida namoyan bo'ladi. Tashkiliy funktsiya,

aynqisa, kienlik va o'zma korxonalarining jadal rivojlanishida, shuningdek ajamayiy farmoqliq tadbirkorlikda da, milliy korxonalarini yaratishda yuqqol namoyon bo'ladi. Binobirin, tadbirkorlikning mohiyati ta'vili-zatsiyalashgan tadbirkorlik obyektiv xususiyatiga ega bo'lgan, lekin ko'p jihatdan tadbirkorlik faoliyati subyektlariga, tadbirkorlik davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va tartibga solish tizimiga bog'liq bo'lgan barcha a'ziga kos funksiyalarining kombinatsiyasida namoyon bo'ladi.

M.G.Lapostaning fikriga ko'ra rivojlangan yuzur iqtisodiyotining bel qiluvchi omili umumiy iqtisodiy funksiyon bo'lib, u tadbirkorlik mahsulotlari va vakaa urulduq tadbirkorlarning bazor subyekti sifatida utqan o'zmi bilan obyektiv o'rtishda belgilanadi. Tadbirkorlik faoliyati tovarlarni ishlab chiqarish (ishlarni bajarish, xizmatlarni ko'rsatish) va ularni aniq iste'molchilarga yuksak buriishga qaratilgan uy xo'jaliklari, hndiqe tadbirkorlar, biniida mavjtda, umumiy iqtisodiy funksiyoni bel-gilibdigan davlat. Bundan tashqari, tadbirkorlik faoliyatining subyektlari tomonidan umumiy iqtisodiy funksiyoni namoyon qilish uchun obyektiv ekan bo'lgan bace iqtisodiyotining barcha iqtisodiy qonunlari (talab va talab, raqobat, qiymat va boshqalar) ta'sir ostida amalga oshiriladi.

Tadbirkorlikning jadal rivojlanishi iqtisodiy a'zish, yalpi ixtidai mahsulot va milliy daromadning o'sishini belgilovchi shartlardan biri bo'lib, bu omil iqtisodiy munosabatlari tizimida umumiy iqtisodiy funksiyaning namoyon bo'lishi hamdir.

#### Tadbirkorlik tamollari.

Tadbirkorlik faoliyatini mavjlabchiyali amalga oshirish uchun quyidagi omillarga tayinlik kerak:

- Mustaqillik, amliy erkinligi, faoliyat yo'natishlari erkinli.
- Faoliyat ta'vili tanlash erkinligi (umumiy shakllar mavjud).
- Faoliyat davlatni mustaqil ravishda shakllantirish, yerkazib haraxvatlar va iste'molchilarni tanlash, narxlar.
- Koinularni bepul yallash.
- Tanloq iqtisodiy faoliyatni mustaqil amalga oshirish.
- Muvaffaqiyatga (foyda) erishishga o'tmas qaratilg.
- Muvaffaqiyatlik, amiyatlik.
- Yuridik shaxslar va fuqrolarning mal malki va mahlag'larini xo'jalik faoliyatiga jalb qilib.
- Foydani bepul taqsimlash va undan foydalanish.

### **Biznes muhitining mohiyati.**

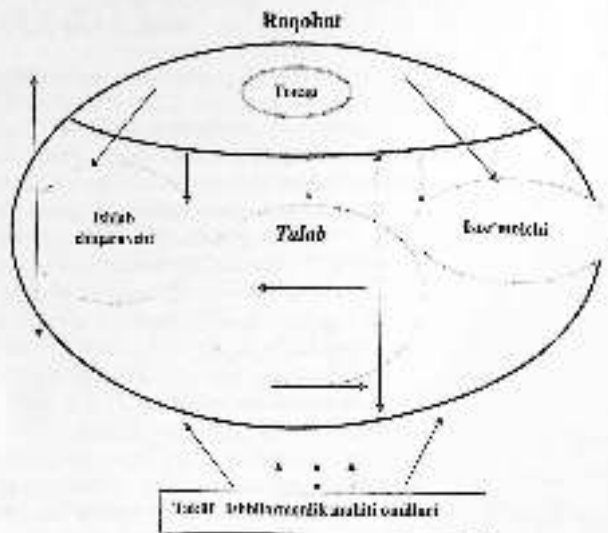
Raqobat va biznes muhiri. Bozor iqtisodiyoti katta poanlik bilan ajralib turadi, bu esa tadbirkorlik faoliyatining to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatadigan tashqi va ichki omillarga bog'liq bo'lgan mavjud bo'lgan xalalar bilan bog'liq.

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

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

Iqtisodiy adabiyotlarda raqobat ma'yan bozorda subyektlarning real iqtisodiy manfaatlarining to'qnashuvi natijasi ekanligi aniqlangan (1.10-chizma). Masalan, A. Smit raqobatni xulq-atvor kategoriyasi sifatida talqin qildi, bunda yakka tartibdagi savchilar va xaridorlar bozorda ko'proq daromadli sotish va sotib

o'lish uchun raqobatlashadilar (bu o'z ixtirosohliklarining faolligini mavofiqlashtiradigan huzurning o'zini o'zlashtirish qo'liga).



**1.10-chizma.** Raqobat va ixtirochilik mahitining tashqi va ichki omillar o'rtasidagi munosabatni o'z ichiga olgan mexanizm.

R.B. McClell va S.L. Bu raqobat o'ziga o'xshash – bozorda ko'plab mustaqil xaridorlar va to'lovchilarning mavjudligi, bozorni erkin kirish va nafaqa ulash imkoniyati, V. Ya. Gecchakovichning so'zlariga ko'ra, hozir bizda raqobatchilik, asosiy mazmuni ixtirochilik uchun kurash, uning ehtiyojini to'liq qandirish, bozorni o'zlashtirish uchun kurashda ifodalandi, uning mavaffaqiyati tovarlarning narxi va sifatiga bog'liq. Raqobatchilik maqsadi – barcha ko'proq foyda olish uchun kurash.

Raqobat – bu kurashlarning ixtirochilik faolligini amalga oshiradigan bozor mahitining yarakli asosiyati. Davlat adolati

raqobatni qo'llab-quvvatlash va ijtimoiy ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va uning ijtimoiy yo'naltirilganligini o'zlashtirish maqsadida monopoliistik faoliyatni cheklash siyosatini olib bormoqda. Aniqlanishicha, raqobat tashqi va ichki ishlab chiqarishni muhitining oshirilishiga ham ta'sir qiladi, ya'ni raqobat va ishlab chiqarishni muhitining tashqi va (yoki) ichki omillari o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlaydigan mexanizm mavjud.

Boshqa tomondan, raqobat bir tomonda ortiqcha mahsulot ishlab chiqarishni va boshqa tomonda qo'shimcha ishlab chiqarishni keltirib chiqaradi. Ba'zi firmalarning moliya-xo'jalik faoliyati yanada foydali va foydalroq bo'lib, boshqa firmalar esa, aksincha, bankrot bo'ladi. Bularning o'rtasida mahalliy va global iqtisodiy inqirozlarga va shunga mos ravishda ijtimoiy inqirozga olib keladi. O'tgan asrning 30-yillarida Qo'shma Shtatlarning katta iqtisodiy tushkunligi va ortiqcha ishlab chiqarishni keltirib chiqarishga hozirgi global iqtisodiy inqiroz hunga yaroq misolidir. avtomobilchilik va qurilish sanoatida. Raqobat korxonalarini o'z faoliyatida ilmiy texnikaviy taraqqiyotdan, yanada samarali va zamonaviy texnologiyalar va jihozlardan, ishlab chiqarish va mahsulotni tasavvul qilishning zamonaviy usullaridan foydalanishga majbur qilmoqda.

#### 1.4. Tadbirkorlik va iqtisodiy erkinlik

Tadbirkorlik mahalliy tashqi, ishlab chiqarishning o'zlaridan mustaqil va tadbirkorlar o'zlarini tashkil etadigan ichki tomonlarga bo'linadi. Tashqi ishlab chiqarishni muhit. Tashqi tadbirkorlik mahalliy – bu tadbirkorlik faoliyatining o'ziga, shu jumladan uning shakllanishi va rivojlanishiga bevosita yoki bilvosita ta'sir etuvchi tashqi omillar va sharoitlar majmua. Tashqi tadbirkorlik mahalliy bu tadbirkorlik faoliyatini tashqi muhitga solishning murakkab tizimidir. Shuning uchun yakkalardagi tadbirkorlar va yuridik shaxslar uchun bu oyoqtiyot, chunki ular uni to'g'ridan-to'g'ri o'zgartira olmaydilar (masalan, federal qonunlar, tabiiy omillar va boshqalar), ammo ular o'z bizneslarini yuritishda hisobga olinishi kerak. Buningdan, bu jamiyatning ham, davlat tomonidan nazorat qilinadigan boshqaruv organlarining ham korruptsiyasidir. Ikkinchidan, bozor muvofiqlashtirish qurilish uchun zamonaviy talablarga javob beradigan tadbirkorlikni



davlat tomonidan yetarli darajada qo'llab-quvvatlanmayapti. Uchunlikdan, bu tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan qo'llanma bazasi yetarli emas. Tadbirkorlik faoliyatini tartibga solishda qonunlar ahamiyatda rol o'ynaydi, ularning asosida asloqat hisoblash, balki to'g'ridan-to'g'ri tartibga solish ham amalga oshiriladi.

Tashqi ishbirolamondlik muhitini (bundan keyin — atrof-muhit) batafsil quyida kelingan sohasida ko'rib chiqing:

#### Tashqi ishbirolamondlik muhitining omillari:

Xalqaro	Xalqaro muhoabaqlar. Dunyoda harbiy muhoabalar (qaynash nuqtalar). Terrorizm darajasi. Xalqaro ko'ngazmalar, konferensiyalar, ko'ngazmalar.
Siyosiy	Demokratiya darajasi. Ayrin mamlakatlarda olib harilayotgan siyosiy islohotlar. Mamlakarda korrupsiya darajasi va jinoyat vaziyat.
Iqtisodiy	Inflyatsiyaning o'rtacha yillik darajasi. Mamlakat muliyaviy tizimining darajasi. Bankning foiz stavkasi. Xususiy mulkning mamlakat umumiy mulkida ulushi. Tadbirkorlarni asloqat tortish darajasi. Investitsion muhit. Sotish va jinoyat iqtisodiyot darajasi.
Sosial-demografik	Ahali migratsiyasi. Aholi daromadlari, ijtimoiy barati, mu'hamoti, jinsi baroyida tarkibi. Mintaqaning istiq bollari.
Huquqiy	Tadbirkorlikni rivojlantirish tamoyillariga javab haradigar huquqiy asos. Tadbirkorlikni tartibga soluvchi qonun hujjatlariga nosa otilishi usidan prokuratura nazarat sifati.
Tashqi muhit	Atrof-muhit omillari Texnologiya o'talari. Aholida shahar va hududlar uchun ekotizm panchetlari. Atrof-muhitni muhofaza qilish dasturlarini davlat tomonidan muliyalashtirish darajasi (yondet). Ekotizm haratini tartibga soluvchi huquqiy asos.

Ekologik	Texnolog ofatlar. Alohida shahar va hududlar uchun ekologizm parametrlari. Atrof-muhitni muhofaza qilish dasturlarini davlat tomonidan majburiylik darajasi (byudjet). Ekologizm holatini tartibga soluvchi huquqiy asos.
Iqlimiy	Iqlim. Tabiiy ofatlar. Tabiiy resurslarning mavjudligi va ularning joylashuvi
Ilmiy-texnik	Sanoat ishlab chiqarishi va qurilishi: avtomatlashtirish darajasi. Mamlakatni kompyuterlashtirish darajasi. Xududlarning umumiy sohada standartlash. Ilmiy xodimlarning moddiy ta'minoti.

Ba'zi ofatlar yillic karsinalar uchun tashqi ishlabarmonlik mahitini ko'rib chiqmoqdalar. Shunday qilib, A. Xusking tadbirkorlikning makro-ekologiya va mikro mahitini aniqlaydi. Makro-ekologiya: Boliyaning iqtisodiy, huquqiy, siyosiy, ijtimoiy-madaniy, texnologik, jismoniy (geografik) sharoitlarini o'z ichiga oladi. Mikro-mahit tadbirkorlikning institutsional tuzumi o'z ichiga oladi. Saldokov M.V. 1995-1998 yil davrigi statistik ma'lumotlar asosida tadqiqot o'tkazdi. Ushbu tadqiqot mehnat unumdorligiga (har bir kishi uchun daromad) bag'ishlangan. Bunday xavflar: siyosiy, ijtimoiy-ekologik, jismoniy.

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

V.G. Bassarova MB segmentida ishchi kuchiga nisbatan talab kuchlarining institutsional zaifligi va munosaviy elitaning konservativ munosabati nafayli yuzaga keladigan xavf esojanidagi munosaviy tafavutlar ta'sir etayotganligini isbotlaydi. Kutilayotgan xavflardagi tafavut odamlarning biznesni yuritish qoidalariiga bo'lgan ishonchining kuch darajasiga olib keladi.

Jahon bankining 69 mamlakatda o'tkazilgan an'gani tadqiqotlaridan biri, unda 3,600 tadbirkor so'rov o'tkazilgan bo'lib, barcha mamlakatlarda integratsion tashkilot mavjud, ammo individual omillarning shartlari boshqacha.

MP rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni obyektiv tadbirkorlarning xohishiga, uning xohishiga bog'liq bo'lmagan) va subyektiviga bo'lish mumkin. Obyektiv omillarga shuoli xohligi, tabiiy omil, rixtananing potentsiali, makroijoiy ilimlar tekishi kiradi. Tadbirkorlar faqat ushbu omillarga mas'ul bo'lmaydi, ularning rivojlanishi yo'nalishlarini baholaydi va boshqaradi va ularning o'zgarishiga mas'ul bo'ladi.

Subyektiv omillarga kiradigan xohif, tadbirkor uchun ma'muriy to'lovlar, raqobat muhiti va boshqalar kiradi.

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

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

- inson kapitali;
- kuzatish, yaratishda srajetlar darajasi, shu jumladan tranzitsion srajetlar darajasi;
- ijtimoiy tashkilotning tarmoq tuzilmasi, qurilish, chalgana savdo, xizmat ko'rsatish kabi barcha bo'lmagan amaliyotlarning o'zgarishi;
- shtat chiqarish omillari, hozir inflyatsionizatsiya, tadqiqot va ishlab chiqarish, xabardor, innovatsiyalar, yangi texnologiyalardan foydalanish;
- davlat boshqaruvi tomonidan tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlash yoki uning yetilishligi;
- tadbirkorlikni ishlab chiqarish rivojlantiruvchi ijtimoiy muhit.

Ushbu omillar, tadbirkorlarni o'zgartirish va ta'sir etish uchun o'zgarishga ega, yil imkoniyat tadbirkorlik muhiti, kichik muhitning omillari to'g'ridan-to'g'ri biznes tuzilmalarining mavjud bo'lishi va ushbu faoliyat natijasi bilan qo'llab-quvvatlash, aloqalar bilan bog'liq. Ular quyidagilardir:

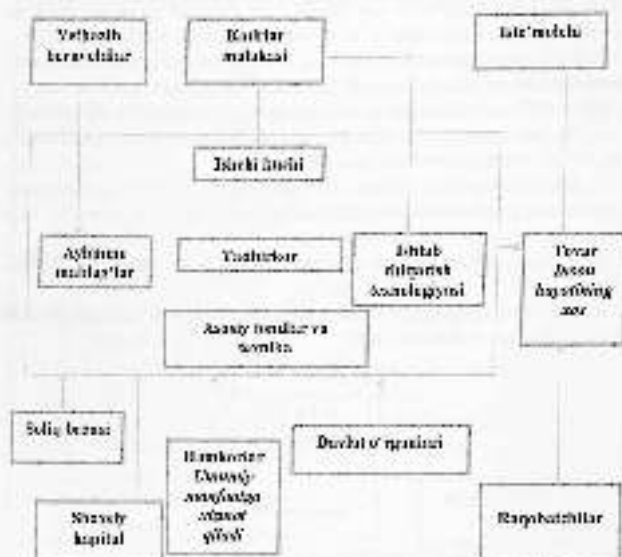
Ichki biznes muhiti,

Integratsionlashgan tizim sifatida ichki biznes muhiti quyidagi quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- kapitalning mavjudligi;
- huquqiy shartlarni tanlash;
- faoliyat mavzularini tanlash;

- shirkatni tashkil;
- bozorni bilish;
- tadbirkorlikni tashkil va boshqarish va boshqalar.

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



1.11-chizma. Ieliki sharoitlar va tadbirkorlik faoliyati

Ma'lum bo'lishicha, ieliki ish muhiti tabiiyat subyektiydir va ko'p jihatdan egasiga (tadbirkorga), va'm. uning malakasi va xodimlari

boʻlajak qobiliyati, oʻzgaruvchan vaziyatlar, tashqi va ichki taʼsirler. Koʻp jihatdan, lekin biron uchir jumada biron shaxsning axloqiy va ruhiy mahanga bogʻliq. Ichki omillar nafosat meddiy sarakliga, balki maʼruv axloqiy qismiga ham ega boʻlish kerak boʻlgan. Xodimlarning motivatsiyasi oʻz ishiga alish kerak.

Ushbu yoʻnalishda, shubhsiz, rossiyalik ishbilarmodlar uchun amaliy qiziqish yaponiyalik ishbilarmod K. Terasimning ichki tadbiqorlik muhlami shakllantirish tajribasi boʻlib, u bu haqda «Tadbiqorlikning shaxsiy raliy tashkili» deb oʻtgan. Tatasida muvaffaqiyatga erishishga imkon beradigan «Uzun va samarali, oqilona boʻlajak»ning mahiyati har bir xodimga yetarlicha puʻtopishi, oʻz ishida qiziqish hissi va kaxsonni boʻlajakshida uhtirok hissi imkoniyatini berishdir.

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

Maholi sharoitlari toʻplami xodimning quyidagi talablaridan iborat:

a) Ish joyi toza, zarur jihezlar, alga vestalari bilan jihezlangan, kerak boʻlsa kompyuterlashtirilgan va hokazo;

b) Ishda oqar axloqiy va ruhiy mahol, xodimning ehtiyojlari va talablarga javob beradigan idrok erishdigan boʻlajakrav tashkili boʻlishi kerak;

d) Xodim uchun ishda qiziqarli, dolzarb va istiqbolli boʻlishi kerak;

e) Xodimning shaxsiy maholasi, tizishqoqligi va sadoqari asosida mahol ravishda boʻlirishi kerak.



1.12-chizma. Samarali ish sharoitlari

Muvaffaqiyatli tadbirkorlik faoliyati uchun sog'lom biznes-rejani ishlab chiqish, qabul qilingan xatarlarning kelib chiqish oqibatlarini bashorat qilish va hisoblash, yangi texnologiyalarni joriy etish, faoliyatni diversifikatsiya qilish, kompaniyani rivojlantirishning to'g'ri strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish alohida shartiyatga ega. Ichki muhitning omillari, shuningdek, tadbirkorlar va yollangan menejerlar tomonidan ushbu turdagi faoliyatni tartibga soluvchi qonunlar va normativ hujjatlarga yoki tadbirkorlik tashkilotining tegishli huquqiy shakllariga qat'iy rioya qilishni o'z ichiga olishi kerak.

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

### **Asosiy atamalar va tushunchalar**

Kirikib bazas, Tadbirkorlik, Biznes muhit, Huquqiy asos, Iqtisodiy erkinlik, Ishlab chiqarish muammasi, Xorijlik yaratuvchi subyekt, Tashabuskor.

### **Mavzu bo'yicha savollar:**

1. Tadbirkorlik bu nima?
2. Tadbirkorlikning funksiyalari va taniy. larining mohiyati.
3. Tadbirkorlik shartlarini sanab bering.
4. Tadbirkorlikning umumiy iqtisodiy funksiyasi.
5. Tadbirkorlik fenomen va janyon sifatida.
6. Tadbirkorlikning tashkiliy funksiyasi.
7. Tadbirkorlik asoslari.
8. Intrapreneurlik nima.
9. Intrapreneurizmi shakllantirish shartlari.
10. Ishlab chiqarish muammasi tushunchasini aniqlash ritsuzini tushuntiradi?
11. Tashqi ishlab chiqarish muammasi ichki muhitdan tashqari qanday foyda qiladi?

12. Tashqi ishlabarmonlik muhitining asosiy qoʻyi tizimlarini aytib bering.

13. Ishki ishlabarmonlik muhitining asosiy arallari nimalardan iborat?

14. Tedbirketlikni rivojlantirish uchun shart-sharoitlardan biri nima? Qisqacha tavsif bering.

15. Iqtisodiy erkinlik haqida tushuncha bering.

16. Rossiya'dagi ma'muriy to'nticlar darajasini aytib bering.

17. Raqobat turlari.

## 2-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TURLARI VA SHAKLLARI

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

### 2.1. Biznes tasnifi

O'zbekistonda, boshqa ham qanday mamlakat kabi, iqtisodiyotning bozor munosabatlariга o'zlasli muqarrar ravishda tadbirkorlikning shakllanishi va rivojlanishi bilan bog'liq. Shuning uchun tarixan iqtisodiyot va xususan hozir iqtisodiyoti haqida gap ko'lganda, muqarrar ravishda iqtisodiy faoliyatning ajratilmas qismi sifatida tadbirkorlikka o'libar qarash kerak.

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

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

#### Xususiy va davlat tadbirkorligi.

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

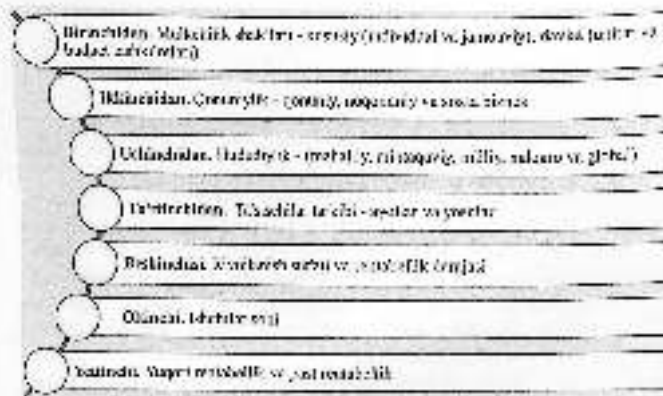
- a) davlat korxonasi;
- b) xususiy korxonasi.



Devlat tadbirkorligi bu korxonalar orasidan tashkil etiladigan xo'jalik faoliyatining shakli.

- a) amaldagi eganlikda mavjud davlat mulkini boshqarish vaqolatiga ega bo'lgan davlat organlari (davlat korxonasi),
- b) mahalliy hokimiyat organlari (kommuna korxonasi).

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



## 2.1-chizma. Tadbirkorlik faoliyatining mezonlarga ko'ra tasniflanishi

Mamlakatdagi davlat korxonasi bazoer munosabatlarning subyekti sifatida alohida shaklga ega bo'ldi. Davlat korxonasi iqtisodiy faoliyatidan tashqari siyosiy funksiyaga ega bo'lib, u bir necha shakllarda mavjud bo'ladi: davlatning iqtisodiy siyosatida ixtiyoriy ishtirok etish; xalqaro munosabatlarda o'zaro solishtirish va boshqalar.

Bunday korxonalar mulkchilik davlat yoki kommuna mulkining bir qismini, byudjet mablag'larining bir qismini va boshqa mablag'larini ajratish shakli hisoblanadi. Bunday korxonalarining muhim xususiyati shundaki, ular o'z mahuriyatleri bo'yicha faqat ularga tegishli bo'lgan mol-mulk bilan javob beriladi, ya'ni davlat

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

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

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

O'sish sur'ati, daromadlilik darajasi va daromadlilik darajasi asosidan tadbirkorlik tashkilotlarini rez rivojlanayotgan, sekin o'sib boradigan o'sish sur'atlariga, biznesning past xavfli va juda xavfli turlarini amalga oshiradigan yuqori rentabelli va past rentabelli kompaniyalarga va shuning uchun tegishlik kompaniyalarga bo'lishingiz mumkin, garchi siz to'g'ridan-to'g'ri baho qilyabmaysiz. Korxonalar turi va ma'lum bir kompaniyaning xavf darajasi o'rtasidagi tenglik, chunki uning faoliyatining yuksalish natijalari darajasiga o'zlar to'plamini ta'rif qiladi.

Tadbirkorlik tashkilotlari qatnashchilarining (muassisalarining) o'z faoliyati natijalari uchun javobgarlik shakllariga ko'ra, tashkilotlar to'liq javobgarlik, shuningdek, do'shima va bir qator javobgarlik bilan ajralib turadi. Yaratish mexanizmi bo'yicha, muassisalar (ishirokchilar) sori, faoliyat va boshqarish jarayonlarini sodd va murakkab tadbirkorlik tashkilotlari taqsimlashlari kerak.

## 2.2. Tadbirkorlik faoliyatining turlari

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

## Tadbirkorlik faoliyat turlari

2.1-jadval

Ishlab chiqarish	Tijorat-savdo	Moliya-kredit	Maslahat
-Innovatsiya	-Savdo	-Bank	-Umumiy
-Ilmiy-texnik	-Savdo-sotiq	-Sug'arta	bashqaruvi
-Mahsulot ishlab chiqarish	-Savdo vositachilik	-Auditlik	-Administrativ
-Xizmatlar ko'rsatish	-Tovar birjalari	-Lizing	-Moliyaviy boshqaruvi
-Tovarlarini ishlab chiqarish iste'moli		-Fond birjalari	-Kadrlar hazirlashuvi
-Xizmatlarini ishlab chiqarish iste'moli			-Marketing
-Axborot			Axborot texnologiyalari

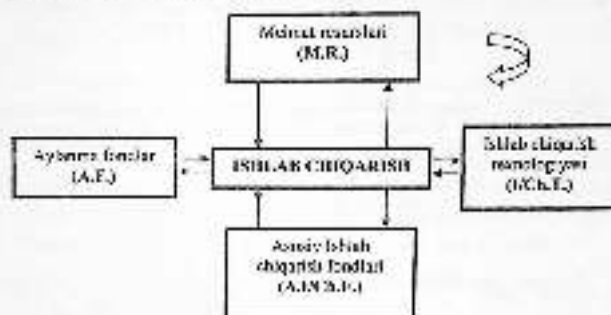
Tadbirkorlik faoliyatining bir necha asosiy turlari mavjud. Ular: savdo, tijorat, moliyaviy-kredit, vaqtinchalik, sug'arta.

**Ishlab chiqarish kuzunasi.** Agri tadbirkorlarning o'zi bevosita mehnat umillari sifatida vositalar va ishchi kuchidan foydalanib, keyinchalik iste'molchilarga, xaridorlarga va savdo tashkilotlariga sotish uchun mahsulotlar, tovarlar, xizmatlar, ma'lumot, ma'naviy ehtiyojlarni qanoatlantirsa, ishlab chiqarish tadbirkorligi deb ataladi. Ishlab chiqarish korxonasi savdo va qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish, iste'mol tovarlari, qurilish materiallari, yek va yo'luvchilar tashish, aloqa xizmatlari, karnay va maishiy xizmat, axborot, ilmiy kitoblar, jurnallar, gazetalarni nashr etishni o'z ichiga oladi.

Savdo tadbirkorligi moddiy ishlab chiqarish sohasida amalga oshirilganligi sababli, u iqtisodiy faoliyat sohasiga qarab savdo, qurilish, qishloq xo'jaligi va hukazolarga bo'linadi. Shunga ko'ra, tadbirkorlik sub-sektorlar bilan ajralik etadi, masalan savdo, tadbirkorlik faoliyati mahsulotlik, sanoatkorlik va boshqalarga ajraladi.

Savdo tadbirkorligi mutlaqo o'zaroqizim (tadbirkorlik faoliyatining boshqa turlaridan mustajil), ammo iqtisodiy o'sishi va jamiyatning ilmiy rivojlanish darajasi uning rivojlanishiga bog'liq.

Ishki ishlab chiqarish jarayoni (soniv amalga oshirilmasidan) sxematik ravishda 2.2-chizmada ko'rsatilgan.



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

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

**Birinchi** – ish xonalari, mashinalar, asbob-uskunalar, asbublar, asbublar xo'jaligi, asosiy ishlab chiqarish vositalari (A.I.C.H.F.). Undan so'ng ushbu foydaga o'zi qo'llaniladi yoki boshqalardan ijroga o'tadi.

**Ikkinchi** – mehnat resurslari (ishchi kuchi) (MR). Tadbiqning o'zi MR sifatida harakat qilishi mumkin, yoki yollangan ishchilardan ularning soniga, tovar ishlab chiqarilgan vaqtga ish vaqtiga qarab mas'ul to'lash evariga foydalanishi mumkin.

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

**To'rtinchi** – ishlab chiqarish texnologiyasi (I.C.H.F.) – tovarlarni ishlab chiqarish bo'yicha bilimlar, ko'nikma, tajriba.

Ishlab chiqarish ta'biqkorligining ma'nosi iste'molchilarga zarur bo'lgan bir qanday foydali mahsulot (tovar) yaratishdir. Shu bilan birga ishlab chiqarilgan mahsulot iste'molchi tomonidan talab qilinishi

kerak, ya'ni soatlash, yoki boshqa tovarlarga almashirilishi kerak (2.3-chizma).



2.3-chizma. Ishlab chiqarish korxonasining prinsipial sxemasi

Ishlab chiqarish korxonasi, tadbirkor tomonidan iste'molchiga sotiladigan tovarlarni (1) chiqarish bilan yakunlanadi. Natijada, tadbirkor o'zining ishlab chiqarish va sotish hajmiga, sotilgan tovarlar narxiga qarab, tovarlarni sotishlar o'zining tadbirkorlik daromadini (foydasini) oladi.

Sanoat tadbirkorligi jarayonida boshqa xarajalar, xususan, ma'lumot olish, materiallar va tayyor mahsulatlarni saqlash va tashish, ishlab uskunalar va birlarini tashlash, aloqa xarajalari va boshqa xarajalar ham kelinib chiqadi.

Ta'kidlash jozib, milliy iqtisodiy maqtabi azardan, sanoat tadbirkorligi eng muhimdir, chunki iqtisodiy o'sish va jamiyatning ijtimoiy rivojlanish darajasi sanoat tadbirkorligining rivojlanishiga bog'liq va bu iqtisodiyetning ishlab chiqarish salohiyati bilan bog'liq.

Sanoat tadbirkorligi eng ravfli biznes turlaridan biri hisoblanadi, chunki u katta darajaviy investitsiyalarni, xususan bilimlarni va asosiy vositalarning mavjudligini talab qiladi. Xavf tomonlaridan biri bu ishlab chiqarilgan mahsulotni sotish imkonidir. O'zbekistonda ishlab chiqarish biznesining sezilarli rivojlanishi hali talabalaning mavjud emasligi, ixtiyoriyliklarning yo'qligi va yangi ishlab chiqarilgan mahsulotning sifatli, qiyinliklardan qo'tqish va daromad olishning usul va usullari va manbalari mavjudligi bilan bog'liq. So'nggi yillarda sanoat tadbirkorligini shakllantirish va rivojlantirishdagi asosiy

muammolardan biri malakali kadrlar, birinchi navbatda ishchilar va u'ra darajadagi texnik mutaxassislarning yetishmasligi bo'lib kelmoqda.

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

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

Tijorat faoliyati harakatchan, tezda bozordagi o'zgarishlarga moslashadi, chunki bu faoliyat turi aniq iste'molchilar bilan bevosita bog'liqdir. Tadbirkorlikning ushbu turini rivojlantirish uchun kamida ikkita asosiy shart talab qilinadi: sotilgan tovarlarga nisbatan harqaror talab (sotning uchun hozorni yaxshi bilish zaruri) va ishlab chiqaruvchidan tovarlarning arzon narxlari, bu savdogalarga savdo xarajatlari qoplashiga va kerakli foyda olishiga imkon beradi. Savdo biznesida, ayniqsa uzoq muddat foydalaniladigan tovarlar savdosini tashkil etishda, ishlab chiqarish faoliyatiga nisbatan yuqoriqoq xavf darajasi bilan xarakterlanadi.

Tijorat faoliyatida mahsulot va uni sotish tadbiri or uchun biznesni belgilovchi asosiy omil hisoblanadi. Bunday biznesning iqtisodiy manfaatli shunda, tadbirkor tovarlarni o'zaroq narxlarida sotib oladi va uni yuqori narxlarida sotadi. Narxlardagi tafaot, sotish hajmi va kam xarajalar, sof tadbirkorlik daromadining miqdorini aniqlaydi. Ikk. Tijorat jarayonining sxemasi. 2.4-chizmada yoritilgan.

Savdo qilishda ishtirok qiyidagilarni e'tiborga olishi kerak:

- operatsiya qarnashchilarining, jalk qilingan xodimlarning va ishchilarning uchun xarajatlari;
- tovarlarni tashish va saqlash bilan bog'liq tadbirkorlik xarajatlari;
- savdo binolari va jihozlarni ixtiraga berish va ularga xizmat ko'rsatish xarajatlari. Agar ular tadbirkorlarga tegishli bo'lsa, unda amonlatniya xarajatlarga kiradi;
- soliq va boshqa to'lovlar.



2.4-chizma. Savdo jaryonining avtomatik diagrammasi (jehki halqa)

Agar savdo ishlab chiqarishda ta'biy kerlik faoliyatining maqsadi tovarlarni ishlab chiqarish va ularni keyinchalik sotish bo'lsa, tijorat ta'biy kerligide faoliyatning maqsadi tovarlarni sotib olish, ularning savdosi va keyinchalik sotish hisoblanadi.

Tijorat ta'biy kerligini amalga oshirish uchun quyidagilari zarur (2.5-chizma).

Birinchi, asosiy ishlab chiqarish faodlar (A.I.C.H.F.) (umimiyat, chakana bora, savdo uskunalari, tovarlarni tashish ushbu transport vositalari).

Ikkinchi – ma'nat resurslari (MR).

Uchinchi – ishlab chiqaruvchidan yoki vositachidan sotib olingan tovarlar.

To'rtinchidan, yetkazib berish va saqlash texnologiyasi.

Tijorat faoliyatining barcha shaxsi bir necha bosqichlardan iborat:

1-bosqich: Tovarlarni qidirish va sotib olish.

2-bosqich: Saqlash. Tovarlarning savdosi va qidirishini ta'minlash.

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

4-bosqich: Tovarlarni sotish (realizatsiya), savdo bitimlarining hujjatlan.

5-bosqich: Satish va sotishdan keyingi xizmat (uyga yetkazib berish, o'rnatish va taqsimlarni karramf etish).

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



2.5-chorizma. Tijorat tadbirkorligining sxematik diagrammasi

Tadbirkorlikning ushbu tur bilan muvaffaqiyatli shug'ullanish uchun siz iste'molchilarning talablarini bilishingiz, ularni chiqarishga tezda javob berishingiz, tegishli mahsulotlar yoki ularning o'xshashini taklif qilishingiz kerak. Savdo biznesi yanada harakatchan, o'zgaruvchan, shunki bu siraq iste'molchilar bilan bevosita bog'liqdir.

#### Vositachilik tadbirkorlik faoliyati

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

Vositachi - bu o'z manfaatlarini o'zlas balki ishlab chiqaruvchi yoki iste'molchi ning manfaatlarini fida qiluvchi shaxs (yuridik yoki jismoniy) hisoblanadi. Vositachilar o'zlari mustaqil ravishda biznes yuritishlar yoki bazarida ishlab chiqaruvchilar yoki iste'molchilar nomidan harakat qilishlari mumkin. Bazarida ilg'ori vositachilik tashkilotlari, vositachilar, dilerlar, distribyutorlar, birjalar, ma'lum darajada tijorat banklari va boshqa kredit tashkilotlari vositachilik faoliyat bilan shug'ullanuvchi tashkilotlar sifatida ishtirok etadilar. Vositachilik tadbirkorlik faoliyati ko'p jihatdan juda xavfli



hisoblanadi, shuning uchun vositachi tadbirkor shartnomada narsa darajasi, vositachilik operatsiyalarini amalga oshirishda xavf darajasini hisobga olgan holda belgilaydi. Vositachilik tadbirkorlik faoliyatining asosiy vazifasi va predvazi n'zari bilim raziahidan manfaatdar bo'lgan ikki tomonni birlashtirishdir. Demak, vositachilik bu tomonlarning har biriga xavfni ko'rsatishni o'z ichiga oladi deb hisoblash uchun asos bor. Bunday xizmatlarni taqdim etish vaqti vositachi daromad, foydalanadi.

Vositachilik tadbirkorlik faoliyatini ishlab chiqaruvchi va iste'molchining iqtisodiy manfaatlarini oqsiz vaqt ichida uyg'unlashtirishga imkon beradi. Vositachilik, ishlab chiqaruvchi nuqtayi nazaridan, samaradlilik darajasi ashiradi, chunki bu o'z faoliyatini faqat ishlab chiqarishga yo'naltirish, iste'molchiga tovarlarni reklama qilish funksiyalarini tuzhishiga imkon beradi. Bunda tadbirkor, ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi munosabatlarga vositachining ixtisosi taqatining oqilona davlati sezilarli darajada qisqartiradi, shu hisobda chiqarish natijaligini oshiradi.

#### Maliya va kredit faoliyati

Keyingi faoliyat turi - moliya va kredit.

Maliyaviy tadbirkorlik - bu tijorat tadbirkorligining maxsus shakli bo'lib, unda valuta bozori, milliy pullar va qimmatli qog'ozlar (aksiyalar, obligatsiyalar va boshqalar) bozori tomonidan xarid va sotib olish va unga kredit asosida taqdim etiladi.

Unga, boshqa pullar tomonidan qaratilgan qog'ozlar, chek va valutasini va qimmatli qog'ozlarni sotish va almashtirishning barcha shart-sharoitlari qamrab oladigan kiritilgan operatsiyalar kredit Moliyaviy tadbirkorlik faoliyatining mohiyati shunda. Ihtiroki, tadbirkor tadbirkorlikning asosiy oqsini ma'lum surama evaziga boshqa tadbirkorlardan pul mablag'larining har hil (pul, valuta, qimmatli qog'ozlar) shaklida jalb qiladi. Olingan mablag'lar keyinchalik mijozlardan olingan tadbirkorlik faoliyatida olingan haq evaziga sotiladi.

Kredit tadbirkorlik holatida tadbirkor o'ziga - vaqti pulni omonatini, omonat egaligi depozit faizlari ko'rsatishida kash to'lash va keyinchalik depozitni qaytarish sharti bilan jalb qiladi. Olingan pullar keyinchalik qarz oluvchilarga qarz shaklida beriladi va keyinchalik depozitni to'lash bilan boshqa faizlarni

taqdim etadi. Shundan so'ng jalb qilingan pullar qarz oluvchilarga ekanini taqdirdan oshib ketadigan doimiy foizli qarzlarda bo'ladiki. O'zaro va kredit foizlari o'rtasidagi farq kredit haravchilar uchun foyda manbai bo'lib xizmat qiladi. Moliya va kredit biznesi eng murakkablaridan biri bo'lib, u qadimgi Yunonistondan beri ma'lum bo'lgan sudxo'rlikning chuqur tarixiy ildizlariga ega.

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

Sug'urta sharti qoqan hujjatlariga va shartnomaga mavofiq, sug'urta shartnomasi tuzilganida sug'urta polisi egasiga kutilmasdan hasratlik, malk, vashiyatlar, sog'liq, hayot va boshqa turdagi yo'qotishlar ostijasiya yetkazilgan zararni qoplashni kafolatlashdan iborat.

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

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

Sug'urta faoliyati fuqarolar yoki yuridik shaxs (polis egasi) tomonidan sug'urta tashkiloti (sug'urtalovchi) bilan tuzilgan mulkiy yoki shaxsiy sug'urta shartnomalari asosida amalga oshiriladi. Sug'urta deganda yuridik yoki jismoniy shaxslar to'laydigan sug'urta mukofotlaridan shakllantiriladigan pol foizlari hisobidan ma'yyan voqea (sug'urta hodisasi) yuz berganda, ushbu shaxslarga sug'urta shartnomasiga mavofiq sug'urta tovonini (sug'urta pulini) to'lash yo'li bilan ularga qazansalarini hironya qilish tushuniladi.

### **2.3. Innovatsion tadbirkorlik**

Zamonaviy shartlarda iqtisodiy o'sishning asosiy omillaridan biri bu innovatsiyalardir. Tadbirkorlik tabiatan innovatsion bo'lib, deyarli yangilik bilan bog'liq. Iqtisodiyotning rivojlanishiniq, innovatsion yo'lga o'tish afollanig, taraqqish darajasi yanada o'sishini belgilovchi

emildir. Va innovatsion tadbirkorlik ishlab chiqarishning bir qismini bo'lsa ham, biz uni batafsil ko'rib chiqish kerak deb hisoblaymiz.

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

1. Tadbirkor innovatsion, yangi mahsulot ishlab chiqarishga, yangi ishlab chiqarish texnologiyalarini ishlab chiqarishga yoki xizmatni tashkil etish va rivojlantirishning yangi shakllarini topishga imkoniyatga ega;



2. Tadbirkor tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish bilan bog'liq xavflar o'z zimmasiga oladi, chunki foyda olish tadbirkor uchun kafolatlanmaydi. Shu bilan birga, tadbirkor vaqtini, o'z vaqtiga, mehnat va ish bilan munosabatda bo'lishi, balki investitsiya qilgan, pulni ham xavf ostiga qo'yadi.

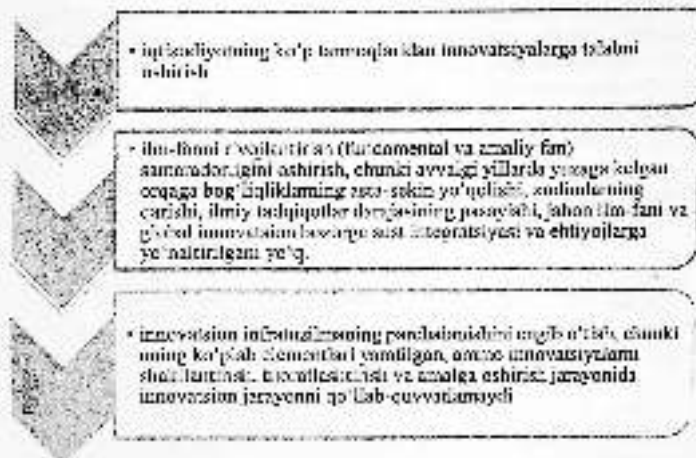
#### 2.6-chizma. Tadbirkorlikning innovatsion tabiati bilan bevosita bog'liq bo'lgan ikkita asosiy funksiyasi

Mamlakatda innovatsion tadbirkorlik innovatsion iqtisodiyotga o'tish XXI asrning birinchi o'n yilida ko'pgina mamlakatlarda milliy siyosatda o'z o'rnini qildi, g'arbiy va yangi asosiy mamlakatlarda rivojlangan mamlakatlarda bu atama o'ninchi yigirma yil davomida ehtiyojli. AQSH, Yevropa mamlakatlari, Janubiy Koreya va Yaponiyaning innovatsion tizimlari samarali ishlaydi va uni yili ishlab chiqarishning milliy daromadlariga o'z o'rnini qo'lishyotadi. Samarali milliy innovatsion tizimni yaratish uchun zarur instrumentlar 2.7-chizmada keltirilgan.

Innovatsion jarayonlarning mahiyatini va ularning buzilishiga va umumiy iqtisodiyotga beradigan ta'riflarini tushunish muhimdir. Ta'kidlash kerakki, o'z va kichik biznes innovatsion tizimni joriy etish o'z o'rnini qo'lishi va o'z o'rnini qo'lishi uchun imkoniyat sifatida ko'ringan, bu kichik biznes sohasida faoliyat yuritish uchun yetarli bo'lmagan iqtisodiy sharoitlar bilan bog'liq.

**Innovatsiya, innovatsion faoliyat va uning vazifalari.**

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



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

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

Innovatsiyalar bo'yicha ish o'ganda, baxirga echiqarilganda ijobiy natijaga erishish orqali iqtisodiy tarkibdagi intellektual mahsulot

(xavf, ma'lumot, non-xavf) oshib jarayoni tushuriladi. Shunday qilib, innovatsion o'zgarishlarning asosini ishlab chiqarish jarayonlarini, iqtisodiy va ijtimoiy aloqalarini, fan, madaniyat, ta'lim va boshqa sohalardagi faoliyatni takmilishtirish uchun ta'minlovchi har qanday sohada qo'llaniladigan ilmiy tadqiqotlar yoki ilmiy-texnikaviy faoliyatning natijasi tashkil etadi.

Inovatsiya – bu boshqaruv obyektlari o'zgaritish va iqtisodiy, ijtimoiy, ilmiy, texnikaviy yoki boshqa xarakterda olish maqsadida innovatsiyalarni jori etishning fundamental yoki amaliy tadqiqotlar, tajriba-konstruktorlik, har qanday faoliyat sohasidagi o'rnatilgan natija sifatida natijasi.

Inovatsiya quyidagi ushbu funktsiyani bajaradi:

1. Ko'paytirish funktsiyasi innovatsiya kengaytirilgan faktor ishlab chiqarilgan moliyalashtirishning ma'lum manbai sifatligini anglatadi. Ushbu funktsiyaning natijasi yangilardan foyda olish va uni moliyaviy manbalar manbai sifatida ishlatishdir.

2. Investitsiya funktsiyasi innovatsiyadan olingan daromad badi sohalarga, shu jumladan kapital sifatida investitsiya qilish uchun ishlatilishi mumkinligini anglatadi. Ushbu kapital innovatsiyalarning yangi tularini moliyalashtirish uchun ishlatilishi mumkin.

3. Rag'batlantiruvchi funktsiya ta'dbirkorlik faoliyatini rag'batlantirishda namoyon bo'ladi. Innovatsiyalarni amalga oshirish amaliy ta'dbirkorlarga foyda olish har qanday ijtihat ta'dbirkorining asosiy maqsadiga ta'g'ri keladi. Foyda ta'dbirkorlarga yangi innovatsiyalarni jori etishga rag'bat bo'lib xizmat qiladi; uni talablarni doimiy ravishda o'zlashtirishga, markaning faoliyatini tashkil qilishni takmilishtirishga, moliyaviy menejmentning xarakteraviy usullarini o'zlashtirishga undaydi.

Inovatsion tizim ishlatish uchun u ma'lum bir uzatishga ega bo'lishi kerak, ya'ni o'tiruvchi ta'sir qiluvchi bloklar to'planishi o'z ichiga olishi kerak. Dunday beshita blok mavjud:

*Bilimchilik.* Universitetlar, ilmiy-tadqiqot institutlari, alohida mataxassislari va ulari institutlar va universitetlarning tadqiqotchilari o'rtasida noqatnansiy aloqalar o'rnatiladigan murakkab ijtimoiy tarmoqlar mavjud bo'lgan ijodiy (ijodiy) blok yoki bilimlarni shakllantirish bloki. Ta'lim tizimi iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishining asosiy sifatida tan olingan.

**Ikkinchisi.** Texnologiyalarni uzatish bloki. Ijodiy fikrlash natijasida paydo bo'lgan yangi g'oyalar darhol ishlab chiqarishda munimlar erans. Ilmiy va texnik g'oyalarni amalda amalga oshirishni qiyinlashtiradigan jiddiy muammo bu yangiliklardan foydalanish huzunqam olish bilan bog'liq ma'lumotlarning asimmetriyasi, innovatsiya ilmiy va texnik bilimlar nuqtayi nazaridan qanchalik zararkab ho'lsa, innovatsiyalar muallifi va unga bo'lgan huquqni qo'lga kiritadigan iqtisodiy faoliyat subyekti o'rtasidagi imkoniyatlarni tashvishda assimetriya shunchalik katta bo'ladi. Xaridorga sotib olingan mahsulot sifatiga ma'lum darajada ishonchni ta'minlaydigan vestlarni kerak. Eng samarali, bu funktsiya, ilmiy tadqiqotlar uchun grant ajratadigan fondlar bilan bir xil priatsip asosida ishlaydigan, mahsulot tijorat fondlari tomonidan amalga oshiriladi. Ushbu turdagi natijalar fondlar keng taroq tlarishlariga ega bo'lgan maxsus muhitni yaratadi, bu esa ijodiy g'oyalar mualliflarining potensial xaridovlar bilan aloqalarini ta'minlaydi.

**Uchinchisi.** Moliyalashtirish bloki. Tijorat mahsulotiga aylanish uchun g'oya bir qancha o'zgarishlarni boshdan kechirishi kerak – muvofiqlikni rivojlantirish bosqichlarini hisob o'tishi, xacmani ishlab chiqish, ushbu chiqarish modelni yaratish. G'oyalarni prototipga aylantirish va keyinchalik uni ommaviy ishlab chiqarishga o'tkazish uchun ushbu moliyalashtirish zarur.

Bunday moliyalashtirish uchun muvofiq bo'lgan manbalari mavjud:

Bank krediti

Yangilikdorni sotish

Korxonalar  
moliyalashtirish

*Bank krediti.*

G'oya muallifi yoki uni qo'llab-quvvatlovchi muassasa yangi mahsulot ishlab chiqarish uchun kompaniya tuzadi va bankdan kredit oladi. Bu yangi ishlab chiqarish tashabbuskorlari uchun juda xavfli moliyalashtirish usuli. Bundan tashqari, innovatsion mahsulotlar ishlab chiqarish xavfli o'ra yuqori bo'lganligi sababli, banklar bunday loyihalarni moliyalashtirishda juda ehtiyotkor bo'ladi va yuqori bank

faiz stavkalarini hal qilishadi, bu esa banklarni moliyalashtirish asosida innovatsion faoliyatni jalb qiluvadi.

#### *Marginallarni sotish*

O'zga muallifi uni shunga o'xshash mahsulotni ishlab chiqaradigan yirik kompaniyalardan biriga sotadi. Moliyalashtirishning ushbu usuli, innovatsion xavf xatarlaridan qutqirib, uni ishlab chiqarishda yarmiga innovatsiyasini joriy qilish bilan bog'liq daromaddan mahrum qiladi.

#### *Korxonalarni moliyalashtirish.*

Taklif etilayotgan innovatsiya va nowator tomonidan usulgan xizmat-rejani sinchkovlik bilan o'rganib chiqqach, ventchur kompaniyon odatda rahbari innovator bo'lgan korxonani tashkil qiladi. Shu bilan birga, ventchur kompaniyasi ushbu korxonani faoliyati ostidan to'liq mas'ulni o'ziga olib va rentabellik asos bo'lsa, uni shunchaki sotishi mumkin. Ventchur moliyalashtirishning muhim afzalligi shundaki, u innovatsion ishlab chiqarilayotgan mahsulotning innovatsionligi hisbiyl nafaqat katta daromadning katta qismini to'plash, balki ishlab chiqarishni xarabaga aylantirganida ushbu leydan saqlab qolish orqali o'zidan chiqish imkoniyatini beradi.

*Ikkinchisi* ishlab chiqarish birligi, innovatsion ishlab chiqarishni rasmiyl qilish uchun ikkita alternativ variant mavjud. Birinchi variant - bunday ishlab chiqarishni yirik kompaniyalardan birining ishlab chiqarish tuzilmasiga kiritish, bu sizga vertikal integratsiyaning afzalliklaridan leydalanish imkonini beradi: mustaqil boshqaruv kompleksining (buzgalteriya hisobi, xodimlarni hisobga olish tizimlari va hushqalar) o'z o'zidanligi sababli transaksion xarajatlarni kamaytirish. Ikkinchisi, - kichik korxonani ishlab chiqarish xarajatlari minimalashtirilgan yangi korxonani tashkil etish.

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

Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, innovatsion biznes asosida kichik biznesga xos bo'lib, ular banklar, o'zlashtirilgan fondlar va

davlatning moliyaviy ko'rnagi bilan ilmiy-texnikaviy taraqqiyot yutuqlaridan yanada samarali foydalanishi mumkin. Biroq, har qanday tadbirkorlik innovatsion emas, faqat innovatsion mahsulotni ishlab chiqarishi, undan foydalanishi yoki tarqatishi natijasida tadbirkorlik daromadlari oshishi mumkin bo'lgan, ya'ni innovatsion tadbirkorlik o'ziga xosligi bilan subyektlar innovatsion faoliyatini amalga oshiradigan subyektlardir. Innovatsiyalardagi tadbirkorlik tuzilmasi aqalidoriyot – bu bozorda tadbirkorlikning raqobatdosligini belgilaydigan innovatsion tadbirkorlik g'oyalari yaratish va amalga oshirish jarayonida o'zaro bog'liq bo'lgan va bir-biri bilan o'zaro ta'sir qiladigan xo'jalik yutuqchil subyektlar o'rtasidagi munosabatlarning yig'indisi.

*Raqobatdoslikka innovatsiyalarning ta'siri.*

Biznes ishtirokchilari o'rtasidagi raqobat yangi mahsulot va xizmat ishlab chiqarish uchun yangi texnologiyalarni o'rganish va ishlab chiqarish bosqichida hisoblanadi.

Korxonaning innovatsion faoliyatining raqobatdosligi muqarrariy nazaridan ta'siri uchta tarkibiy qismga ega:

Birinchisi, yangi va o'rta muddatli istiqbolda raqobatdos mahsulotlarni yaratib, mahsulotning raqobatdosligini oshirish.

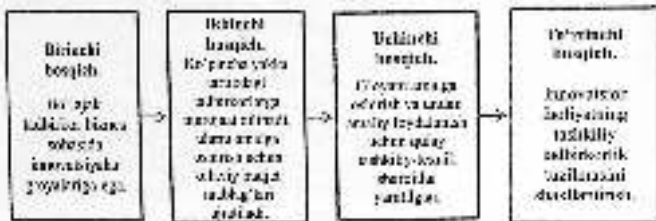
Ikkinchisi – yangi darajalarni jalb qilish, ushbu muddatda raqobatdos ustunliklarni yaratish.

Uchinchisi – ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, tovar massasining raqobatdosligini korxonaning raqobatdosligiga aylantirish.

Raqobatdoslik omillaridan biri – ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarda ilg'or ilmiy-texnik yechimlarni, intellektual faoliyat natijasini qo'llash darajasi bilan belgilanadigan tovarlarning texnik talqinlashuvi.

Tadbirkorlarning innovatsion tuzilmasini shakllantirishning quyidagi bosqichlarini (2.8-shizma) bajarish mumkin:





2.8-chizma. Tadbirkorlikning innovatsion tuzilmalarini shakllantirish bosqichlari

Innovatsion tadbirkorlik tuzilmalarini tashkil etish jarayoni 2.9-chizmada keltirilgan.



2.9-chizma. Tadbirkorlik tuzilmalarini yaratishning asosiy prinsiplari

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

- yangi g'oyalarni izlash (yangi mas'ulotdan yangi tuzilishga) va ularni baholashi;

- kerakli manbalarni topishi;
- darxonani yaratish va boshqarish;
- naqd pul tushumlari;
- natijadan shaxsiy mamnunlik.

Innovatsion tadbirkorlik shirkatlar va sarmoyadorlar o'rtasida talikka aylanish va bo'lish tarmoqlariga asoslanadi.

Ventchur sarmoyasi.

Innovatsion ishlab chiqaruvchilik va ilmiy-texnik taraqqiyotni rivojlantirish texnologiyalarini tanomidan ishlab chiqariladigan mahsulotlarni ishlab chiqarishga yo'naltirilgan usullar taklif qilinaqda.

Innovatsiyalarga tajriba va kapital qo'yilmalar bilan o'zaro bog'liqlik ventchur kapital qo'yilmalari deb ataladi. Ventchur kapital bozarisida biznes egalari va ventchur investoarlari o'rtasida o'zaro qiziqish yuzaga keladi, bu yuqori daromad ehtiboli innovatsion biznesni rivojlantirish istiqbollari, ilg'or texnologiyalarni rivojlantirish va ilmiy texnikaviy taraqqiyotning yangi yo'nalishlarining paydo bo'lishi bilan belgilanadi.

Ventchur investitsiyalarning funksional vazifasi ma'lum bir biznesning o'sishiga yoki ma'lum miqdordagi naqd pul berish orqali innovatsion loyihalarni amalga oshirishga hissa qo'shishdir.

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

Qoida tariqasida, potensial qarzi oluvchilar mablag'larini berish to'g'risida qarzni qabul qilishda hisobga olinadigan quyidagi yoki bir nechta parametrlarni qo'ng'irlaydilar:

- Loyihaning iqtisodiy mas'ulotga muvofiqligi;
- Xavfsizlikning sifatini;
- Moliyaviy holatning qariqartir ko'rsatkichlari;
- Moliyaviy oqimlar hajmi;
- Mutasabalar tarixi;
- Kredit tarixi.

An'anaviy moliyalashtirish tadariga nisbatan ventchur kapitali bir qancha xususiyatlarga ega:

1. Siftni ta'niqlash. Venchur moliyalashtirish belogida tanlangan loyiha uchun 'mablag' hech qanday kafalatsiz taqdim etiladi. Venchur investorni javobgarlik va moliyaviy xavflarni tadbirkor bilan bo'lishadilar.

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

3. Investitsiya obyekti. Xavfli investitsiyalar, qoida tariqasida, ilmiy-texnik taraqqiyotning eng ilg'ir yutuqlari bo'yicha amalga oshiriladi va boshqa hech qanday investor kabi venchur fondlar, yuqori darajadagi texnologik bilan birga bo'lsa ham, yangi yuqori texnologik ishlab chiqarishni investitsiyalashga tayyor, chunki bu yerdə foyda uchun oq katta potensial zaxmani yashirgan.

4. Boshqaruvda ishtirok etish. Investitorlar nafaqat moliyaviy maqsad bilan cheklanib qoladilar. Ular to'g'ridan-to'g'ri yoki o'z vakillari orqali yangi kompaniyani boshqaruvda faol ishtirok etadilar. Investor o'z kapitalini taqdim etgan shaxslarga har qanday yordam ko'rsatishga tayyor bo'lishi kam; boshqaruvda yordam berish, maslahat berish, afozalarni o'rnatish va boshqa xizmatlar. Bu menejmentda ishtirok etish savalchalilik darajasini kamaytiradi va kapital qo'yilmalarning daromadlilikini oshiradi va shu tariqa investitsiyalarni muvaffaqiyatli rivojlantirish uchun mulakat saqlaydi.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda shuni ta'kidlash mumkinki, venchur kapitali muvaffaqiyatli moliyalashtirishning savatli maqsadlaridan biri hisoblanadi.

Ammo bu yerda jiddiy to'siqlar yuzaga keladigan xavfli investitsiyalarni taqdim etish muammusi yuzaga keladi. Shuning uchun davlat intilyozlarining maqsadi ma'lakatda innovatsion faoliyatni venchur moliyalashtirish jarayonini rivojlantirish uchun qulay sharoitlarni yaratishdir.

#### **Asosiy atamalar va tushunchalar**

Xususiy va davlat tadbirkorligi. Ishlab chiqarish korxonasi. Tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish. Axborot. Tijorat. Tijorat tadbirkorligi. Tovar hirjiasi. Moliyaviy. Sug'urta ishi. Bank ishi.

Dirjalar, Asosiy ishlab chiqarish fondlari, Joriy aktivlar, Innovatsion tadbirkorlik, Korxonra kapitali, Xavfsizlik masalalari, Vositachilik.

**Mavzu bo'yicha savollar:**

1. Tadbirkorlikni tanimlashning asosiy xususiyatlari.
2. Biznesning asosiy shakllari qanday?
3. Sanoat korxonasining mohiyati nima?
4. Ishlab chiqarish va tijorat tadbirkorligining tub farqi nimda?
5. Tadbirkorlik faoliyati uchun asosiy shartlar nimalardan iborat?
6. Nima uchun ishlab chiqarish korxonasi Rossiyadagi yetakchi uy hisoblanadi?
7. Sng vuz isai jarayonning mohiyati.
8. Mohiyaviy tadbirkorlikning mohiyati.
9. Ishlab chiqarish biznesining xarakteristi.
10. Biznes-jarayonning (ishlab chiqarish va tijorat) ishlashi uchun asosiy shartlar qanday?
11. Innovatsion tadbirkorlikning mohiyati.
12. Innovatsion biznes tuzilmalarini tashkil erish.
13. Venchur kapital qo'yilmalari deb ataladigan jarayon qaysi?

### 3 - BOB. XALQARO TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

- 3.1. Biznesni tashkil etish – tadbirkorlik tuzilmasi.
- 3.2. Korxonani davlat to'yxatida o'tkazish tartibi.
- 3.3. Tadbirkorlik tuzilmasini tashkil qilish imkoniyatlari.
- 3.4. Tadbirkorlik faoliyatini litsenziyalash.
- 3.5. Dushqaruv tarmoqlari.

#### 3.1. Biznesni tashkil etish – tadbirkorlik tuzilmasi

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

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

#### Biznes tuzilmalarini rivojlantirish uchun zaruriy shartlar va ehtiyojlar

3.1 jadval.

Zaruriy shartlar	Kerakli ehtiyojlar
Tadbirkorlik g'oyasini tuzilishi	O'z-o'zini realizatsiya qilish, mavjud talabni qandirish, foyda olishlarga ehtiyoj
Inqiroz sharoitidagi faoliyat	Biznes o'ziga, reinfirringga, ishlab chiqarishni tiklashga bo'lgan ehtiyoj
Elektron texnologiya, mahsulot	Ishlab chiqarish xizmatini modernizatsiyasiga talab
Zahira mavjudligi va tadbirkorlik g'oyasini rivojlantirish	O'z-o'zini realizatsiya qilish, talabni qandirish, foydani oshirish, iqtisodiy o'sish

#### Umumiy yondashuvlar.

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



3.1-chizma. Liderlik pug'onalari

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

- 1. ZARURIY SHART-SHAROITLARNING PAYDO BO'LISHI
- 2. YASALMA TAKLIDDAKI TADBIKORLIK O'YASINING TUG'ILISHI
- 3. PSIXOLOGIK MUVOFIQLIK
- 4. QAROR QABUL QILISH

Ikkinchi bosqich – biznesni boshlash uchun asos:

- 1. HAYOTIY VA STRATEGIK MAQSATLARNI BELGILASH
- 2. TARKIBIY ETILAYOTGAN SOZORNI G'URDANISH
- 3. MUXTARIY VA MULLIK BAZARNI O'QITISH SHARHALARINI ANIQLASHI
- 4. SOZORNI BIRGASHTIRISHNI BOSHLOVISH

### Uchinchi qadam (bosqich) – biznes olish

- to'lovni to'lash va shartlar va shartlar qonunini qabul qilish;
- ul'loqni qabul qilish;
- biznes olishni nazariy va amaliy qonunlar;
- dastur tayyorlash va tayyorlash.

To'rtinchi qadam (bosqich) – amaliy faoliyat. Kompaniyaning faoliyat jarayonini qurish, O'zimizning biznesingiz faoliyatining mavjudlik suratsini yaratish, bu quyidagilar bilan belgilanadi:

- maqsadlar, maqsadlar, maqsadlar va o'z maqsadlarini qabul qilish;
- maqsadlar, maqsadlar, maqsadlar va maqsadlar;
- maqsadlar, maqsadlar, maqsadlar va maqsadlar;
- maqsadlar;
- maqsadlar, maqsadlar, maqsadlar va maqsadlar;
- maqsadlar, maqsadlar, maqsadlar va maqsadlar.

Tadbirkor o'zida iqtisodiy sohada kompaniyaning faoliyatini boshqarishni va o'z maqsadlarini yaratishni nazarda tutadi. Kompaniyaning asosiy subyektlari bilan maqsadlarini rivojlantirish va maqsadlarini yaratish. Agar maqsadlarini yaratish institutlari o'z maqsadlarini yaratish sifatida qaralsa, u holda kompaniya va ma'yuriy hujjatlarini yaratish va amalga oshirish bo'yicha, maqsadlar va maqsadlar bilan maqsadlarini yaratish belgilaydi. O'z maqsadlarini yaratish darajalarida yaratish – kompaniyaning (uning maqsadlarini yaratish) strategik vazifasidir. Ammo, agar tadbirkor iste'molchilarni yaratish yoki ishlab chiqaruvchi (xuddi siza iste'molchi bilan) bilan maqsadlarini yaratish maqsadlarini yaratish shartida ishlab chiqaruvchi ega bo'la olmasa, u holda biznesni rivojlantirish birinchi bosqichda tugaydi.

Qisqacha aytganda, har qanday biznesni yaratish (asosiy yordamchilar)

I bosqich – old shartlarning paydo bo'lishi (shaxsiy imbitisiyalar, iqtisodiy ahvoh yomon ko'praq narsaga inilibdi);

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

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

IV bosqich – qarar qabul qilish;

V bosqich – maqsadni belgilash;

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

VII bosqich – amaliy faoliyatning ochildishi va beshlanishi;

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

**O'z biznesingizni (ishingizni) yaratish ho'yichu tadbirkorlik g'oyasi.**

Har qanday tadbirkorlik faoliyati, agar jarayoni afalida qaralsa, bar daim g'oyadan boshlanadi. Yangi tadbirkorlik g'oyalarning paydo bo'lishi insonning (tadbirkorning) aqliy faoliyati natijasidir.

**a). Tadbirkorlik g'oyasi.**

Yangi g'oyani shakllantirishning natijasi yangi kombinatsiyani, yangi faklarga asoslangan amaliy xalosalar tizimini yaratishdir.

*Tadbirkorlik g'oyasi* – bu bosqichlarning ahriyolarini qandirish orqali shaxsiy tadbirkorlik maqsadlarini bel cilish uchun shaxsning a'zini o'zi amalga oshirish uchun potentsial imkoniyat va ahriyoh.

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

Tadbirkorlik g'oyalarni ma'lum bir yo'nalishda, ma'lum bir subyektning tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq bo'lgan yo'nalishda to'plandi. Fikrlarni to'plash jarayoni quyidagi mar'abalar orqali amalga oshiriladi:

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

2) Ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonida tarkibiy yoki geografik bo'shliqni tahlil qilish. Strukturaliy bo'shliqni tahlil qilish shu



ko'rsatadiki, qaysi turdagi mahsulotlar ishlab chiqariladi, qaysi ishlab chiqarilmaydi yoki ushbu mahsulotning ishlab chiqarishi zaifdir yoki inqisodlar bo'lib o'tadi. Geografik bo'linmalar haqida bu ushbu mintaqada ishlab chiqarilgan mahsulotni miqdorlashga imkon beradi, masalan, mamlakat yoki ehti ehti.

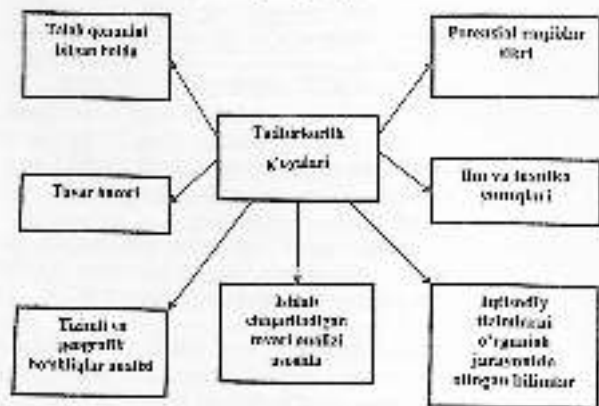
3) Fan va texnikaning yaraqlari. Har bir tadbirkor ilmiy-texnik taraqqiyotning darajasi yanqilidiki va uning imkoniyatlariga, shu jumladan bevosita faoliyati bilan bog'liq bo'lmagan tashkilotga amal qilishi shart.

4) Ailqanchon ishlab chiqarilgan mahsulotni talab qilish usulida tadbirkorlik g'oyasining tug'ilishi. Bu mahsulotni o'zgartirish yoki uni boshqa sohada boshqasiga o'tkazishdir.

5) Ma'yan eritoyning kelajagida yuzaga keladigan talab shakllarini bilishga asoslangan bashorat.

6) Taqdimotlarga tashrif, uchrashuvlar, simpoziumlar va boshqalar.

Tadbirkorlik g'oyalarining paydo bo'lishi va o'zgarishi tashqi va ichki omillar (manabalar) ta'siriga bog'liq (3.2-chizma).



3.2-chizma. Tadbirkorlik g'oyalarini to'plash omillari.

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

- \* Fikrning samaradorligi.
- \* Buzilmi zabt etish istiqbollari.
- \* G'oyani amalga oshirish uchun zarur bo'lgan vaqt.
- \* G'oyani amalga oshirish uchun zarur bo'lgan kapital hajmi.
- \* Resurslarning mavjudligi va narxi.
- \* Kemliki ishchi kuchi mavjudligi.
- \* Haqiqiy sohaga muvofiqlik.
- \* Biznes imkoniyatlari bilan taqqoslash.

Har qanday tadbirkorlik g'oyasi maqsadlarini belgilash uchun faoliy bo'ladi: rektor (taktik) va uzoq (strategik). Shu bilan birga, qo'yilgan maqsadlarga erishish haqiqatga yaqin bo'lishi kerak.

Bunday holda, maqsad bir nechta talablarga javob berishi kerak:



Maqsad aniq shakllangan va tushunarli bo'lishi kerak. Bu sifat tadbirkor, rahbar, balki oshbe g'oyani amalga oshirish uchun faoliy halar shug'ullanadigan xodimlar uchun ham tushunarli.

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

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

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

#### **h). Tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish.**

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

- ishlab chiqarish texnologiyasini turlash va tegishli birliklarni taqdim etish;
- ishlab chiqarish quvvatini (asosiy vositalar va uskunalar) masalasini hal qilish;
- aylama mablag'lar va ularni yotqazib beruvchilar muammasini hal qilish;
- mablag'lar bilan ta'minlash;
- loyihani amalga oshirishning barcha bosqichlari uchun javobgarlikni tayinlash;
- ushbu loyiha uchun boshqaruv tuzilmasi sxemasini qabul qilish;
- mulkiylashtirish ushbu shartlari (zuyomlar, asoslar, investitsiyalar) masalasini hal qilish;
- taklif etilayotgan mahsulot (xizmat) uchun marketing tizimini ishlab chiqarish va qabul qilish.

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

Ushbu shartlarni bajarildikdan so'ng, tadbirkor o'zining biznes g'oyasini texnik-iqtisodiy asoslash bilan qo'llab-quvvatlanadigan biznes-reja shaklida tuzadi. Ko'pchilikni batafsil asoslaydigan va g'oyani amalga oshirish uchun zarur bo'lgan barcha tadbirlarni o'z ichiga olgan biznes-rejadan farqli o'laroq,

texnik-iqtisodiy asoslash – bu tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishning iqtisodiy samarasini hisoblaydigan hujjat.

### Biznes tuzilmalarini shakllantirish shartlari

3.2-jadval

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

#### d). Tadbirkorlik qarorini qabul qilish.

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

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

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

Ikkinchi usul – bu mantiqiy haq’iyat va hisob-kitoblarga asoslangan xalifalarga asoslangan haqiqiy qarorlarni qabul qilish usuli.

Tadbirkorlik qarorini qabul qilishga ichki va tashqi omillarning taʼsiridagi taʼsir qilinadi. Ichki omillarga quyidagilar kiradi: firmaning maqsadi; ishlab chiqarish texnologiyasi; kompaniyaning tashkiliy tuzilishi; shtat jadvali; xodimlar. Tashqi omillar boʻyicha va bilvosita taʼsir qilish omillariga barcha:

• *Maʼlumot berish va oʻzaro aloqalar, sharoitlar va maʼlumot berish*  
 • *Maʼlumot berish va oʻzaro aloqalar, sharoitlar va maʼlumot berish*  
 • *Maʼlumot berish va oʻzaro aloqalar, sharoitlar va maʼlumot berish*  
 • *Maʼlumot berish va oʻzaro aloqalar, sharoitlar va maʼlumot berish*

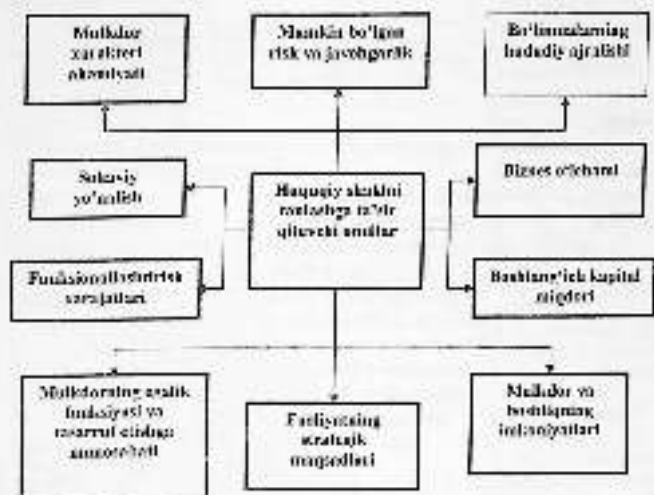
Hududlar: maʼlumot berish va oʻzaro aloqalar, sharoitlar va maʼlumot berish.

#### e) Haqiqiy shaklni tahlil.

Tadirkor oʻz biznesining tashkiliy-haqiqiy shaklini tahlil qilishning oʻziga xos xususiyati bilan taʼsir qilgan, biznesning oʻziga xos xususiyati va tadbirkorning imkoniyatlariga bogʻliq boʻlgan koʻplab omillarga bogʻliq (3.3-diyana).

Haqiqiy shaklni tahlil qilishni biznes tuzilishining asosiy elementlari nimalarga taʼsir qilishini koʻrib chiqing:

- Taʼsirchilar oʻzaro aloqalar tabiati;
- Soliq solish tartibi;
- Korxonaning maʼmuriyati haʼyicha taʼsir qilinadi;
- Foydani taʼsir qilish;
- Xususlarni boshqarish tartibi;
- Ustav kapitali miqdori;
- Mahalliyatlash maʼmuriyati.



3.3-chizma. Sizing biznesingizni tashkil qilishda huquqiy shaklni tanlashga ta'sir qiluvchi omillar

### 3.2. Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi

Korxonani va yakka ta'biyda q. tadbirkor sifatida ayonardik shaxs sifatida ro'yxatdan o'tkazish tartibi o'zgararli taqargaga oga.

Yuridik shaxs tashkil emaslar korxonalar (tashkilot) va ta'biykorni yuridik shaxs sifatida ro'yxatdan o'tkazish tartibi 3.1-jadvalda ko'rsatilgan.

Tadbirkorlik tashkilotining moliyati shundayki, yangi tashkil etilgan korxonalar jamiyat, sheriklar va davlat uchun joziba qon bo'lishi kerak. AQSHning eng jozibali kompaniyalarini aniqlash mazunlari qiziqish uyg'otadi.

Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi

3.3-jadval

Bosqichlar	Kompaniya (yuridik shaxs)	Yuridik shaxsni yoki tashkilotni tasdiqlash
<p><b>1-bosqich.</b> Davlat organlarida ro'yxatga olish hujjatlarini tayyorlash.</p>	<p><b>Kerakli hujjatlar ro'yxati:</b> - notarial tasdiqlangan ariza; - Ta'sis hujjatlari (Partovod shaklida yuridik shaxsni tashkil etish to'g'risidagi qaror va boshqalar, Ustav, Shartnomma o'zaro manfaatli); - davlat boji to'langanligini tasdiqlovchi hujjat</p>	<p><b>Kerakli hujjatlar ro'yxati:</b> - notarial tasdiqlangan ariza; - vakka tartibidagi tadbirkor sifatida ro'yxatdan o'tgan jismoniy shaxsning asosiy hujjati muxasi; - davlat boji to'langanligini tasdiqlovchi hujjat</p>
<p><b>2-bosqich.</b> Ro'yxatga olish organlariga hujjatlarni topshirish.</p>	<p>Soliq inspeksiyasining hududiy bo'limiga hujjatlarni topshirish.</p>	<p>Soliq inspeksiyasining hududiy bo'limiga hujjatlar topshirish.</p>
<p><b>3-bosqich.</b> Davlat statistika qo'mitasining ma'jalliy bo'limida. Korxonalar va tashkilotlarning ma'jalligini (OKPC) uchun kodni berish to'g'risida ma'lumat olish.</p>	<p>Korxonadan tomonidan amalga oshiriladi.</p>	<p>Tadbirkorning o'zi tomonidan amalga oshiriladi.</p>

<p><b>4-hosqich.</b> Pensiya jamg'armasining huddudiy hokimiyati va sog'liqni saqlash sug'urtasi fondida ro'yxatdan o'tish</p>	<p>Soliq inspektoratining huddudiy bo'linmasini amalga oshiradi.</p>	<p>Ro'yxatdan o'tish IP-ga xodimlarni yo'llash sharti bilan talab qilinishi va talbi bo'linma o'z tomonidan amalga oshiriladi</p>
<p><b>5-hosqich.</b> Huddudiy ijtimoiy sug'urtasi fondida ro'yxatdan o'tish</p>	<p>Korxonasi tomonidan amalga oshiriladi</p>	<p>Tadbirkorning o'zi tomonidan amalga oshiriladi</p>
<p><b>6-hosqich.</b> <b>Bankda hisobraqam ochish</b></p>	<p><b>Kerakli hujjatlar ro'yxati:</b> - bank rahbariyatiga ariza; - korxonani ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi guvohnomaning va soliq organida va ta'xis hujjatlarida material tasdiqlangan nusxalari hamda yuridik shaxslarning yagona davlat reystridan ko'chmas; - litsenziyalanadigan faoliyat turini amalga oshirish huquqini beruvchi litsenziyaning material tasdiqlangan nusxalari va imzolar namunalari va muhr berilgan karta; - Davlat statistika qo'mitasining korxonasi va tashkilotlarning butun ruscha ta'sis hujjatini taqdim berish to'g'risidagi ma'lumat xali nusxasi (OKFO); - tashkilotga shiga qabul qilish va lavozim bo'ya tayinlash to'g'risidagi buyruqlar.</p>	<p><b>Kerakli hujjatlar ro'yxati:</b> - bank rahbariyatiga ariza. Yakka ta'limdagi tadbirkorlikning ro'yxatdan o'tkazilganligi va davlat soliq xizmati orqasida ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomaning material tasdiqlangan nusxalari; yakka ta'limdagi tadbirkorlikning yagona davlat reystridan ko'chmas; - litsenziyalanadigan faoliyat turini amalga oshirish huquqini beruvchi litsenziyaning material tasdiqlangan nusxalari; - imzolar namunalari va muhr berilgan karta; - Davlat statistika qo'mitasining korxonasi va tadbirkorlikning butun ruscha ta'limdagi hujjatini taqdim berish to'g'risidagi ma'lumat xali nusxasi (OKFO).</p>



Quyidagi sakkizta asosiy mezonlarga misol bo'lsa ekanli, ularning har biri yaqin tadbirkorlik rivasiyatini ko'rsatadi:

- Injenerlar faolligi;

- Jamoa va shaxslik faolligi;

- Korxonaning xalqaro jihatidan rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash qobiliyati;

- Mahsulotlar va xizmatlar sifatli;

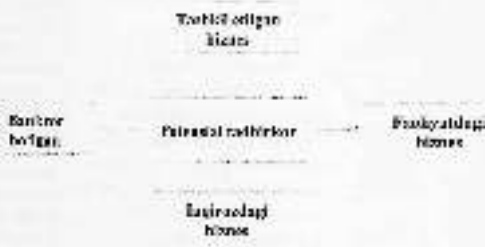
- Korxonaning moliyaviy ahamiyati;

- Korporativ tujratlarda foydalanish.

### 3.3. Tadbirkorlik tuzilmasini tashkil qilish imkoniyatlari

*Masjud hozirxonani sotib olish.*

Masjud hozirxonani sotib olish o'z biznesingizni tashkil qilish shakllaridan biridir. O'z biznesini tashkil qilishning ushbu shakli bilan, agar qonun yuki shartnomada hatto qat'iy qoida ushbu ishlangan bo'lsa, egasi xaridarga naftiq ishonis mlikani, balki uning texnologiyalarini, savdumerkasiini, lit-saroyesini huquqini, da'vo huquqini, qizni va boshqalarni sotadi.



### 3.5-ehson. Biznesni sotib olish imkoniyatlari

Biznesni sotib olish (yarash) ning oshbu sharoitida juda muhim nuqta bu nafqar mulkiy kompleksni, balki o'z xizmatlari yoki mahsulotlarini sotish uchun tashkil etilgan tarmoqni serishdir. Biznesga ega bo'lishning bir necha variantlari mavjud. Biror biznesni sotib olayotganda ma'lum bir holat kuzatiladi: biznesning moliyaviy ahvoli qanchalik yomon bo'lsa, bu biznesning ahamiyati shunchalik kam bo'ladi, lekin varidor shunchalik ko'p kompaniyalar, qasrlar va boshqalarni soladi.

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

*Masjuda biznes* - bu o'zining amaliy faoliyatini amalga oshirayotgan korxonasi;

*Ishtirokchi biznes* - bu o'zining amaliy faoliyatini amalga oshiradigan, ammo ayni paytda, o'lovga layoqatsizlik nuqtayi nazaridan foydasiz faoliyat holatida bo'lgan biznes;

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

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

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

Tegishli tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish uchun ruxsatnoma (lisensiyaga) asosida olingan lizing beruvchi o'z huquqlari lizing oluvchiga berilmasdi, ammo lisensiyaga bo'lgan huquq belgilangan tartibda lizing oluvchiga qaytarilishi mumkin.

Korxonani ijaraga olayotganda, lizing oluvchi ijara to'laydi. Ijara haqqini to'lash tartibi, shartlari va ijara shartnomasida belgilanadi. Ijara bema ijara olingan korxonani uchun yoki uning, har bir tarkibiy qismi uchun alohida belgilanishi mumkin.



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

Davlat tomonidan tartibga solish to'laq tartibga solinadigan va davlat nazorati va nazorat organlari tomonidan funksional majburiyatlar tufayli boshqa tashkilot bilan, shu jumladan davlat normalari, davlat standartlari, sertifikatlash, muvofiqlik deklaratsiyasi, akkreditatsiya, shu bilan hamda qabul qilinadigan faoliyat litsenziyalash sohasidan aloqador. Sanitariya, qurilish va boshqa qoidalar. Shu bilan birga, davlat me'yorlari va qoidalarini buzganlik uchun amaldagi qonunchilikda ma'muriy, ayrim hollarda jazoiy javobgarlik, mansabdor shaxslarning o'z vazifalarini lozim darajada bajarilmaganliklari uchun javobgarligi belgilanganligi hisobga olingan.

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

Ro'yxatga olish tartibini soddalashtirish, ushbu amaldagi ishlanuvchi va dolzarbligini ta'minlash uchun yuridik shaxs to'g'risida taqdim etmaslik yoki o'z vaqtida taqdim etmaslik yoki noto'g'ri ma'lumotlar taqdim etganlik uchun xalqalik yurituvchi subyektlarning jazoiy va ma'muriy javobgarliklari bilan muvazanashtirilishi kerak. Hozir tomonidan yuridik shaxslarning yagona davlat reestri va boshqa tomonidan, ma'muriy ravishda rad etish va ro'yxatga olishdan himoya qilish. Ushbu normalar «Rossiya Federatsiyasi Jazoiy kodeksiga va Rossiya Federatsiyasining Ma'muriy Jazoqubozarliklar to'g'risidagi kodeksiga o'zgarish va qo'shimchalar kiritish to'g'risida» federal qonunida ko'zda tutilgan.

#### **Bashqaruv tamoyillari.**

Prinsip – bu nazariyaning asosiy, boshlang'ich pozitsiyasi, har qanday faoliyat sohasidagi nazorat predmetining xulq-atvori yoki shaxsning xulq-atvori qoidalari. Har qanday muammoni hal qilishda muvaffaqiyat tamoyillarining tashkili va tarkibining muvofiqligi bog'liq. Prinsiplar qonunlarning davomi, mujassamidir. Prinsip «spechko» bo'lib, undan «naga rishish», har qanday biznesni

boshlash kerak. Prinsiplarni o'rganmasdan, muvaffaqiyatga erishilmas. Quyida biz muhim obyektlarni boshqarish uchun shakllantirgan tamoyillar mavjud. Ular ixtisoslashtirilgan adabiyotlarda batafsilroq tashvirlangan.

#### **Mamlakat iqtisodiyotini boshqarish tamoyillari:**

- iqtisodiyotni saqlab, barcha tarkibiy qismlarning resurslarni tejaydigan ko'payishidan foydalanish holda mamlakat iqtisodiyotining hayotini ta'minlash tizimini takror ishlab chiqarish tamoyili;
- iqtisodiyotning barcha darajalarida boshqaruvni har qanday tarzda olib borish tamoyili;
- mamlakat iqtisodiyoti rivojlanishining ijtimoiy yo'nalishi tamoyili;
- Boshqaruv tizimlarining ilmiy asoslanganligi tamoyili;
- iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish yo'liga yo'naltirish tamoyili;
- boshqaruv obyektlarini shaxsiyati bo'yicha taqriblash tamoyili;
- boshqaruv nazariyasi va amaliyotining birligi tamoyili;
- obyektning raqobatlash usulliklarini saqlab qolish va rivojlantirish tamoyili;
- boshqaruv jarayonlarini tashkil etishni ta'minlash tamoyili;
- shakllar va boshqaruv usullarini o'zaro uyg'unlashtirish tamoyili;
- Boshqaruv qarorlarini 3 omilga (vaqt, sifat, miqdor, rivojlanish darajasi yoki tajribasi, inflyatsiya, xavf va noaniqlik, ma'lumot olish usuli, boshqarish obyekti foydalanish shartlari) muvofiq tashvirlash va ularni taqqoslashni ta'minlash tamoyili.

#### **Tuzilmalarni soddalashtirish prinsiplari:**

- obyektning boshqarish tizimining qurilishi asosliqligi;
- tashkilotning tarkibiy qismlarining mavjudligi, talabasi va maqsadi, mazmuni va maqsadlari aniq belgilangan missiyasini shakllantirish;
- boshqaruv obyektlarining raqobatlashligiga erishish uchun faoliyatni yo'naltirish;
- ma'lum bir bozorda raqobat qonuni mexanizmini va undagi raqobat kuchini o'rganish;
- tashkilotning maqsadlarini iyerarxiyaning karnida uchta darajaga tozlash, maqsadlarni tahlil qilish va sintez qilish;

- yuqori menejerlar uchun strategik masalalarning taklik masalalardan ustunligini ta'minlash;

- tashkilot tuzilishining miqdoriy aniqligini ta'minlash;

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

- muvazirlar, o'zaro moslashilgan tuzilmalarni qurish, virtual tuzilmalarni yaratish, Internet, telekommunikatsiya va boshqa elektron tarmoqlardan foydalanish, atrof-muhit parametrlari monitoringi orqali tashkilotning tashqi muhitga moslashishini ta'minlash;

- strukturani muammolarga yo'naltirish;

- tizimdagi takribiy qismlar va munosabatlar sonini ushbu darajaga kamaytirish;

- tashkilot va uning bo'linmalarini ixtisoslashtirish va univertsallashtirishning muqobil darajasini ta'minlash;

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

- strukturaning to'g'ri-yan to'g'riligini ta'minlash;

- ratsional tuzilmalarni rivojlantirishni rag'batlantirish.

**Jarayonlarni tartibga solish tamoyillari:**

- tashkilot faoliyatini huquqiy tartibga solish;

- hali tuzilmalarni boshqarish tizimini takomillashtirish;

- har qanday tuzilma faoliyatiga marketing yondashuvini qo'llash;

- har qanday faoliyatni sifatini yaxshilashga yo'naltirish;

- tizim rivojlanishining muvazirligi tabiati;

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

- tizimning tashqi va ichki muhitga moslashishi;

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

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

- boshqaruvni personalashtirish;

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

- barcha funktsiyalarni boshqarish jarayonlarini avtomatlashtirish;

- rejilashtrilgan natijalarga erishishni rag'batlantirish;

- mutanosiblik, uzaksizlik, to'g'ridan-to'g'ri, parallelizatsiya, samandorlik, ritm va boshcalarni amalga oshirishning muvofiq darajasini ta'minlash;

- xodimlarni boshqarishning turli usullarini oqilona uyg'unlashtirish;

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

- ma'naviy barqarorlik va tashkilotning ishonchligini ta'minlash.

Menajment subyekti sifatida rahbarning ishlash tamoyillari:

- iqtisodiy boshqaruv tamoyillariga rioya qilish;

- menajer-rahbarga qo'yiladigan malaka talablarini haqirish;

- boshqaruv usullarini oqilona uyg'unlashtirish;

- tashkilotni boshqarish tizimini qurish;

- strategik masalalarning taktik masalalardan ustunligi;

- boshqaruvga 20 ta ilmiy yondashuvni qo'llash;

- shaxsning ijrochilik psixologik potentsialini qurish va o'rganish;

- shaxsni harakat;

- qo'l ostidagi xodimlarning mehnatini rag'batlantirish;

- bita adolni boshqarish;

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

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

- boshqaruv va'zalarini bajarilish tartibini ularning ahamiyati bo'yicha belgilash (B. Fayolga ko'ra);

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

- jamoada normal asloqiy va ruhiiy muhitni ta'minlash;

- hajm, sifat, xarajalar va muddatlar bo'yicha ishlab chiqarishni muvofiqlashtirish va nazorat qilish;

- ish va dam olish rejimiga rioya qilish;

- inqilob va stressni boshqarish.

Dastlab, biz usulo tushunchasini shakllantiramiz. Buning ichimida asosan turli xil obyektlarni boshqarish sohasida har qanday ish, funktsiya yoki operatsiyani bajarish usullarini ko'rib chiqamiz. Usul – har xil obyektlarni (marketing, raqobatbardoshlik, sifat, resurslar, xodimlar, ishlab chiqarish, logistika va boshqalar) boshqarishning har qanday universal yoki umumiy funktsiyasini nazariy talqin qilish yoki amaliy amalga oshirish usuli.

Innovatsion menejment samaradorligini oshirish uchun talqin turliq talqin qilish, prognozlash, baholash, optimallashtirish, rejalashtirish, jaxyonlarni tahlil etish, huxqiteriya hisobi, nazorat va motivatsiya usullari, turli xil obyektlarni boshqarish usullari, balki innovatsion menejmentning o'ziga xos usullarini ham qo'llash kerak. Ikkinchisiga ixtiy yondashuvlar, funktsional-iqtisodiy tahlil, tizimli tahlil, optimallashtirishning iqtisodiy va matematik usullari (operatsiyalarni o'rganish usullari) kiradi.

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

#### Tahlil usullari.

Umumlashtirilgan ruxda biznesni tahlil etish jamlamasi 5-chizmada keltirilgan.

*Funksional xarakterli tahlil qilish* – bu obyektning hayotiy siklidagi umumiy xarakter belgiga foydali samanni (daromadni) oshirish uchun obyektning (mahsulot, jaxyon, texnika) belgilagan maqsad uchun foydalaniladigan tizimli talqin usuli. Funksional xarakterli tahlil qilishning o'ziga xos xususiyati tahlil qilinadigan obyekt muayyan sharoitlarda bajarishi kerak bo'lgan funktsiyalar to'plamini yoki mavjud obyektning funktsiyalariga ehtiyojni belgilashdan iborat.

*Maqsadli tahlil* – funktsiyalarni takomillashtirish bo'yicha ushukiliy va texnik tedbirler rejasini ishlab chiqarishda omillarni tahlil qilish maqsadida omillarga ta'sir etadigan ta'sir kuchini belgilash (obyektning foydali ta'siri, umumiy xarakterli elementlari, mehnat unumdorligi, kapital unumdorligi va boshqalar).



SWOT tahlilining g'oyasi quyidagicha:

- 1) ushbu tahlilni yangi insoniyatlar va ichki zarif tomonlarini tahlil qilish uchun hamkamlardan foydalanish;
- 2) cheklangan insoniyatlarga muvofiq kompaniyamizni kuchli va zaif tomonlarini tahlil qilish.



3.5-chizma. Biznesni tahlil etish jamlamasi

Tizimli tahlil o'ziga sifatida tizimli yondashuv maqolayi nazariy tizim sifatida kompleks tahlil qilish, shu jumladan:

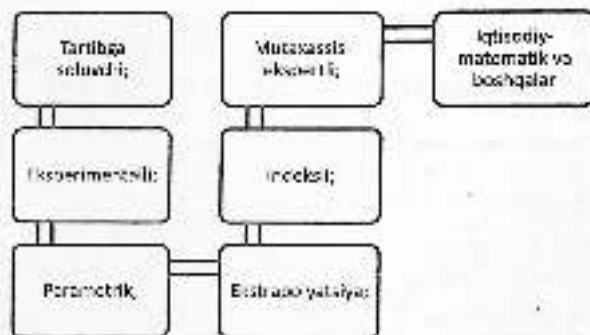
- tashkilotni boshqarish tizimining barcha qismlarining barcha tarkibiy qismlarining sifat darajasini tahlil qilish;
- tashqir va ichki omillar ta'sirini, o'zaro va anasiriy raqobatchilarning kamchiliklari va afzalliklarini tahlil qilish;

- har bir bozorda va umuman tashkilda har bir mahsulotning raqobatdoshligi va samaradorligini tahlil qilish;

- turli xil ijtimoiy-iqtisodiy obyektlarni boshqarishning ilmiy darajasini tahlil qilish.

Tizimni tahlil o'kazishda yuqorida muhokama qilingan barcha tahlil usullaridan foydalanish kerak. Tahlil sifatini oshirish uchun quyidagi yordamchi tahlil usullaridan foydalanish tavsiya etiladi: xulqalar va guruhlar; mullaq va nisbiy qiymatlar; o'rtacha va ng'irlidagi o'rtacha qiymatlar; vaqt seriyasi; doimiy va ta'langan kuzntalar; batafsillashirish va umumlashirish va boshqalar.

### Pragnoz usullari:



### Tadqiqot operatsiyalari usullari (yoki optimallashtirish):

- tizimni dasturlash usullari;
- simpleksi usuli;
- ikki tomonlama vazifa;
- transport vazifasi;
- butun sonli dasturlash;
- o'yin nazariyasi va boshqalar;
- nochiziqli dasturlash usullari (modellar);
- Lagranj multiplikatori usuli;
- konveks dasturlash modollari;

- dinamik dasturlash modellari;
- massos operatsiyalar tadqiqot modellari;
- tarmoqli rejalashtirish va boshqarish modellari;
- narxlar nazariyasi inventarizatsiyani boshqarish modellari va boshqalar

#### Strategik marketingning usullari:

- bozor parametrlari, yangi ehtiyojlar, zahir qiyaslar, tovarlar va ishlab chiqarish sharoitlari parametrlarining o'zgarishi;
- tahlil va baholash;
- mudolishirish;
- ehtiyojlar va ehtiyojlarini aniqlashtirish;
- strategik bozor segmentatsiyasi;
- ma'yyan bozorlarda tovarlarning raqobatbardoshligini belgilash;
- tashkilot strategiyasining parametrlarini hisobga olish.

#### Taktik marketing usullari (funktsiyalari):

- bozorni taktik taqsimlash;
- iste'molchilarni o'rganish;
- ma'xoriy va ixtiyoriy hujjatlarda marketing yordamini amalga oshirish – tashkilot tarkibiy bo'limlarining har qanday faoliyatini iste'molchiga yo'naltirish;
- marketing muhit va raqobat muhitini o'rganish;
- tovarlar va mahsulotlarning raqobatbardoshlik standartlarini aniqlashtirish;
- tovarlar brendingini ishlab chiqarishda ishtirok etish, tashkilotni rivojlantirish, bozorga kirish;
- narxlar;
- tarqatish va tarqatish kanallarini taqrib;
- reklama;
- jamoatchilik bilan aloqalar (jamiatchilik bilan aloqalar);
- bozor ulushini ehtiyojini va sotishni taqriblashni rag'batlantirish.

#### **Narxlarni aniqlash usullari:**

- o'z xarajatlari va foyda chegaralariga e'tiborni qaratish;
- tovarlar sifatiga (foydali ta'sirga) e'tibor qaratgan holda - o'z xiri va raqobatchilari;
- tovarlarga bo'lgan talab va ma'lum bir bozorda raqobat kuchiga e'tibor qaratish;
- korolyutsiyo-regressiv narxlash modellariga asoslangan;
- sarnomalar, kim oshdi savdolari, borja bitimlari va boshqalar asosida.

#### **Mahsulot sifatini taklif qilish (takomillashtirish) vositalari:**

- tashkiliy, texnik va iqtisodiy omillar o'rtasidagi bog'liqlik sxemalari;
- natijada paydo bo'lgan ko'rsatkichni yaxshilaydigan omillar/og' manriqiy sabablar diagrammasi;
- Pareto diagrammasi - tartiblash omillarining grafik usuli;
- korrelyatsion maydonlar;
- gistogrammalari;
- nazorat re'yxati;
- boshqaruv kontsi va boshqalar.

#### **Kodimlarni boshqarish usullari**      **menejment subyekti**ning

(menejment) obyektga (ijrochiga) menejmentning strategik va taktik maqsadlarini amaliy amalga oshirish uchun ta'sir qilish usullari. Kodimning boshqaruv obyektida o'zining darajasiga qarab, biz kodimlarni boshqarish usullarini o'ziga ranga ajratishni taklif qilamiz.

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

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

3. Ishontirish usullari, obyekt sizlarni harakatlar erkinligiga ega bo'lganida va boshqaruv subyekti shaxsning psixologik portretini, uning rivojlanish tendensiyalari va motivlarini o'rganishga e'tibor

qarab, paxatecnologiyadan foydalanib o'byektga ta'sir qilish usullarini shakllantirishi.

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

- biron tashkilot uchun ham, jamoaviy shaxs uchun ham atrofdan parametrlarining yuqori nosaniqligi;
- doimiy ravishda o'x malakalarini bilimalaud oshirish, sog'ligini saqlash. Bilim – haqiqat, muvaffaqiyat kaliti;
- kuchli raqobatchidan doimiy kurish. Raqobat – tarqash tarzi, rivojlanishning harakatlantiruvchi kuchi;
- yangilarga ijubiy munosabat;
- vaziyatlarga yuqori darajada moslashish;
- bajarilgan ishning yangiligi, mumkabliligi, o'ziga xosligi;
- shaxsning psixologik xususiyatlarining keng doirasi;
- innovatsiyalarning yuqori xavli va operatsiyalarning yakiniy natijalarga erishishning nosaniqligi;
- mehnatni tashkil etish parametrlarining nosaniqligi;
- kufatarning yuqori aylannasi;
- katta daromad olish imkoniyati;
- bir yuzeri darasadagi dahiyedastoi ra'yobga chiqarish imkoniyati o'zini namoyon qilish, o'zini namoyon qilish uchun ijtimoiy shlyeplar va dahiyenlar, yuqori ijodiy natijalarga erishish.

#### Axsoy atomular va tushunchalar

Davlat ro'yxatidan o'tkazish. Prognoz. Sifat tahlili usullari. Struzegik va taktik marketing. SWOT-tahlili. Boshqaruv taraoyidilari. Menajer. Psixologik partet.

#### Mavzu bo'yicha savollar:

1. Boshqaruv qarorlarining sifirini oshirish uchun qanday iqtisodiy qonunlarni tahlil qilish kerak?
2. Vaqtni tejash qonunining mohiyati nimada?
3. Raqobat qonunining mohiyati nimada?
4. Boshqaruv qarorlari va menajerni tashkil etish sifirini oshirish uchun tashkilotdagi qaysi qonunlarni tahlil qilish kerak?

5. Sinergiya qonunining mohiyati nimada?
6. Tizimli yondashuvning mohiyati nimada?
7. Tizim qanday xususiyatlarga ega?
8. Tizimning qo'shilmaslik xususiyatini aytib bering.
9. Tizimning ierarxik xususiyati qay tarzda namoyon bo'ladi?
10. Irsiyat sistemasi qanday tahlil qilinadi?
11. Tizimning paydo bo'lishi nima?
12. Qiyoslash xususiyatlarini kengaytiring.
13. Tekshirishga reproduktiv-evolyutsion yondashuvning mohiyatini ochib bering.
14. Marketing usulining mohiyati nimada?
15. Innovatsion yondashuvning mohiyati nimada?
16. Ekksplyuziv yondashuvning doirasi nimadan iborat?
17. Nima uchun o'tish davri iqtisodiyorida menajmentga biznes yondashuvi talablariga riya qilish kerak?
18. Raqobatbaridoshlikni baholash tamoyillarini kengaytiring.
19. Iqtisodiy boshqaruv tamoyillarini kengaytiring.
20. Strukturalarni ratsionalizatsiyalash prinsiplari jarayonlar ratsionalizatsiyasi prinsiplaridan nimasi bilan farq qiladi?
21. Reklamning ishlash prinsiplari va boshqaruv obyektini ish prinsiplari o'rtasida qanday farq bor?
22. Funktsional xarajatlarni tahlilning mohiyati nimadan iborat?
23. Faktorli tahlil nima uchun ishlatiladi?
24. Tizimli tahlilning mohiyati nimada?
25. Prognozlash usullarini sanab bering.
26. Operatsiyalarni tadqiq qilish usullarini tasniflashni kengaytirish (optimallashtirish).
27. Strategik marketing usullarini sanab bering.
28. Taktik marketing usullarini sanab bering.
29. Mahsulot sifatini tahlil qilish uchun qanday vositalar mavjud?
30. Xodimlarni boshqarish usullarining mohiyatini ochib bering.

## 4-BOB. XALQARO TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

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

### 4.1. Boshqarishning marketing usuli

Marketingda marketing konsepsiya (tushunchasi) va haqiqiy marketing faoliyati ajralib turadi.

**Marketing tushunchasi** – bu ishlab chiqarish, talab va sotish (savdoni tahlil qilish), rejalashtirish va boshqarish yo'nalishidagi qarorlar tuzimi yoki g'oyasi.

Marketing tushunchasi ma'lum bir iste'molchilar guruhining ehtiyojlari qondirishga qaratilgan. Innovation marketing konsepsiyasi ishlab chiqaruvchilarning hozirdagi innovatsion maqsadlarini tavsiflaydi. Konsepsiya innovatsiyalar iste'molchilarning yangi mahsulotlarga bo'lgan talablarini, hozirni rivojlantirish qo'mniyalari va ushbu yangilik uchun hozir axtariyatlarni bilishga imkoniyatini talab qiladi.

Ishlab chiqaruvchi ma'lum bir xaridor (iste'molchi) asosida yangi mahsulot va (yoki) ularni tezda sotish maqsadida operatsiyalarni ishlab chiqaradi. Ushbu savdo hissa natijasi pulni (kapitalni) olish, balki o'z tushumi imidjini yaxshilash, reytingini oshirish, kelajakda yaxshi natijaviy natijani o'zlashtirish va nihoyat natijalarining ehtiyojlari uziq belgilash va qondirish imkonini beradi.

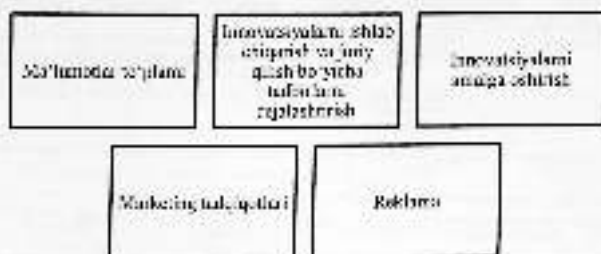
Xaridovchining qiziqishlari, ehtiyojlari va xususiyatlari natijasida, shuningdek, bir xil miqdordagi kapital (yoki boshqa pul o'zlashtirish)ga ega bo'ladi.

Marketing sohasidagi marketing faoliyat turlarining kombinatsiyasi marketing innovatsiyasining funksiyasidir.

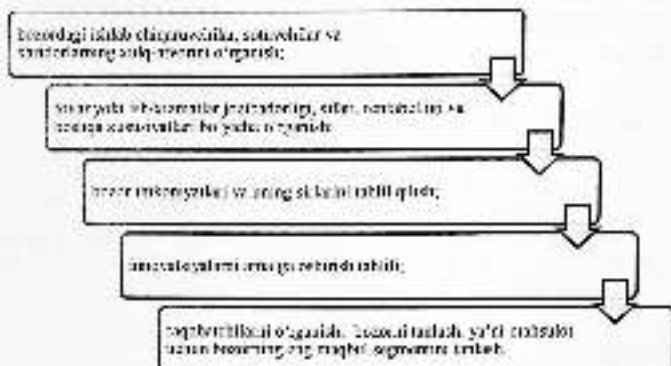
#### *Ushbu funksiyalar:*

Marketing tadbirlari barcha marketing jarayonini qamrab oladi – yangi g'oyalar va mahsulot turlarini qidirishdan boshlab, ularni oxirgi foydalanuvchi qo'lga kiritishgacha. Shuning uchun faoliyatning barcha turlari va marketing sohasida ko'rib chiqiladi, xususan mahsulotning

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



Marketing tadqiqotlari bu qator faoliyatlarini o'z ichiga oladi:

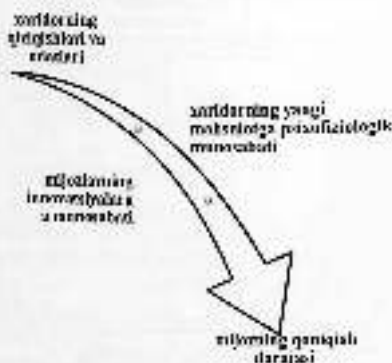


*Marketing faoliyati bu talabni boshqarishdir. Boshqarish, rahbarlik sohasidagi marketing deganda talabni namoyish, bozor imkoniyatlarini tahlil qilish, marketing komplekslarini ishlab chiqish va qo'llash (max silyosati, aloqa siyosati, yangiliklarning tarqalishi) asosida rahbarlik faoliyatini boshqarish tushuntiradi.*



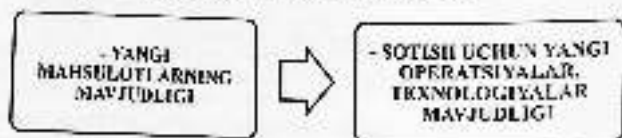
Marketing faoliyati yangi mahsulot va operatsiyalarga talabni tasvirlash asosini ishlab chiqish bilan bog'lanadi, bu talabni aniqlash, Tovar yoki xizmat va ishlar bozorini segmentatsiyalash, maqsadli segmentlarni tanlash va hozirda yangiliklarni joylashtirish uchun asos yaratadi.

Talabni tasvirlash, quyidagi xususiyatlarga ega bo'lishi mumkin:



#### 4.2. Innovatsion marketing jarayonlari

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

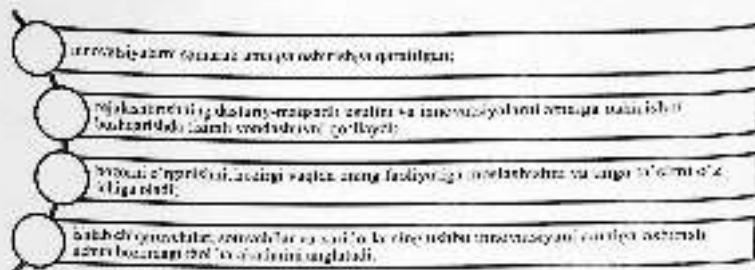


Innovatsion marketing – bu ishlab chiqaruvchilarning innovatsiyalarini ishlab chiqarishni boshqarishga va innovatsiyalarni aralagga oshirishni, his qilishni va o'tkazishni (tashvichilar), shuningdek

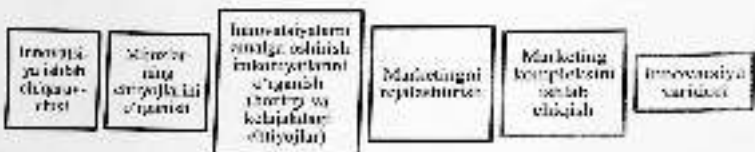
xaridorlar tomonidan so'z olingun yangiliklarni boshqarishda tizimli yondashish.

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

Innovatsion marketing management vazifasi sifatida:



Marketing innovatsiyasi jarayoni quyidagicha ifodalanishi mumkin.



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

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

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

#### 4.3. Innovatsiyaning brend va narx strategiyasi

Innovatsiyalarning bozorga kirishiga sabab raqobatkorlik subyektlari o'rtasidagi qattiq raqobatdir. Ushbu muvobaqdagi g'ulabning muvaffaqiyati ko'p jihattan o'zgarib ishlab chiqilgan brend strategiyasi va uni qo'llash samaradorligi bilan belgilanadi.

Keng ma'noda brend strategiyasi deganda, o'z tovar belgilarini bozorda ilgari surish asosida xo'jalik yurituvchi subyektlarning imjini yaxlit rivojlantirishni anglatadi. Mahalliy iqtisodiy a'lohiyotlarda brend strategiyasi soddalashtirilgan shaklda brendlash sifatida namoyan bo'ladi (bu oqali mualliflar faqat o'tovlarlar harakatining buzur vositasini ni nashonadilar). Tovar strategiyasi brendni rivojlantirish va kuzatishga asoslanadi.

Brend (ing. brend – savdo belgisi) – bu mahsulot (xizmatning) moddiy va nomoddiy xususiyatlarining yig'indisi bo'lib, ular o'zlarida iste'molchilarning oqini shakllantiradi va yo'nalish subyektlarning bozorda o'rnini aniqlaydi. Boshqarish qilib aytganda, brend bu adirkor uchun bozorda ko'rsatish raqobatlash ustunliklarni yaratadigan ajratmas marketing kompleksi d'r.

Brend strategiyasi innovatsiyalarni boshqarish asosida innovatsion brendlarni ilgari surish asosida yangi mahsulot va oqoratlaylarni marketing jarayonini boshqarishni anglatadi. Brend innovatsiya va yangi mahsulot yoki oqaratlaylarning xarakterli moddiy va nomoddiy xususiyatlari tizim sifatida aniqlanishi mumkin. Iste'molchining oqini shakllantiradi va ushbu yangilikning bozordagi o'rnini, shuningdek uni ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchini belgilaydi.

Brend moddiy va nomoddiy xususiyatlarni o'z ichiga oladi, ular birgalikda sotish predmetni tashkil etadi, ya'ni tovarlar. Shuning uchun ular ijera xarakteristikasini namoyan etadi. Ushbu moddiy va nomoddiy xususiyatlar majmuda birlashtirib, savdo uchun yangilikning, shuningdek ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining

ohrazlarini to'liq yaratadi. Tovar mijozni ushbu mahsulotni (operatsiyani) bozorda mumkin bo'lgan barcha mahsulot (operatsiyalar) ichida tanlashga majbur qiladi. Moddiy xususiyatlarga mahsulotning xususiyatlari, uning shakli, og'irligi, tashqi ko'rinishi, qurilishi, ishlab chiqarilgan xomashyo va hoshqalar kabi xususiyatlar kiradi. Innovatsiyaning nomoddiy xususiyatlari uning egasi ushbu yangilikdan foydalanishi mumkin bo'lgan afzalliklari yoki qulayliklarini, masalan, bitta davomiylik, reklama, haho va h.k. Innovatsiya ishlab chiqaruvchi beqadri faqat nomoddiy xususiyatlarni o'z ichiga oladi: ishchiliklik, qulaylik, qulaylik, xizmat ko'rsatish va kafolat xizmati, to'g'ri (qo'shimcha) xizmatlar, savdo markasi, xizmat ko'rsatish belgisi, korporativ identifikatsiya, reklama va h.k. Brend innovatsiya sotuvchisiga ushbu mahsulotni (operatsiyani) uning qiymati, darajasi muhim xususiyat bo'lgan dasturiy ta'minat versiyasi darajasida belgilashga imkon beradi.

Innovatsion brend strategiyasi quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi:

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

Innovatsion brend mahsulot xususiyatlariga ega. Tovar xususiyatlarini deganda funksional va hissiy birliklar, bozorda innovatsiyalar natijalarini mijozlar yuqori mahsulot yoki operatsiyani baholashlari natijasi. Innovatsion brend anayyan individuallarga ega. Brendning o'ziga xosligi uning istiqbolli odati sifatidir, ya'ni brend mahsulotining xaridorlarga har qanday usulda mavjud va'dasidir. Bozor shiddatli raqobatlashish bo'lib, bu ishlab chiqaruvchilar o'z mahsulotlarini, so'z u eski xos yangi mahsulotlar bo'lsa, ilgari sizni uchun xaridorlarining xosini o'zlashtirib olib keladi. Chet elda ko'plab firma va kompaniyalar o'z xodimlarida brend menejerga ega. Ba'zi rus kompaniyalarida brend menejerlari ham mavjud. Ular brendlarning rivojlanishi uchun javobgardir.

ula individual mahsulotlarni ishlab chiqarishni rejalashtiradilar, brendlarni targ'ib qilish faoliyatini rivojlantiradilar va brendlarning o'zi va ularni targ'ib qilish bo'yicha faoliyatining samaradorligini baholaydilar.

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

1. Korxonada brendni rivojlantirish uchun tabiiy ta'siq yaratiladi. Bu raqobatchilarni marketing tadbirlarini o'tkazish, o'z markasi uchun reklama kompaniyalarini rivojlantirish va hokazolarga kapital qo'yishga majbur qiladi.

2. Samarali brendning mavjudligi korxonaga yangi mahsulot va operatsiyalarni (texnologiyalarni) bozorga chiqarishni, ichki bozorni yangi bo'shliqlarga egallashni, tashqi bozorlarni egallashni va hokazolarni osonlashtiradi.

3. Brend kompaniyaning qayta sug'urtalash uchun qo'shimcha vaqt beradi. (ya'ni inqiroz sharoitida bozorda o'z faoliyatini qayta qurish uchun). Samarali brend brendni shakllantirilgandan so'ng, u reklama kompaniyasining katta xarajatsiz va mahsulotga bahasli keskin poytirilmasdan xo'jalik yurituvchi subyektning bozorni ulushini himoya qilishi mumkin.

Brend yaratish - bu bozorni iste'molchilar va rivojlantiruvchilarning ehtiyojlarini talab qiladigan ijodiy ish. Bu juda uzoq davom etadigan arizalar va oqimlar jarayoni, shuning uchun yirik kompaniyalar brendni rivojlantirishga ixtisoslashgan firmalarni jalb qiladi.

#### **Boshqarishning narx usuli.**

Managementda narxlarni boshqarish - bu aslida narx mexanizmining ta'sir ko'rsatish usuli. U ikkita asosiy elementni o'z ichiga oladi:

1) ishlab chiqarish bosqichida ishlaydigan narx usullari;

2) innovatsiyalarni joriy etish, ilgari usuli va tarqatishda qo'llaniladigan narx siyosati.

Ushbu elementlar narxlarni boshqarish tizimining shakllanishini ta'minlaydi. Tizim har qanday mexanizm yoki hodisaning tashkiliy qismlarining nisbiy bo'lsa va o'zaro bog'liqligini anglatadi.

Yangi mahsulotni ishlab chiqarish yoki operatsiya qilishda narx usullari tashqi va ichki hisoblanadi. Ushbu ta'birkorlik subyektlarga nisbatan tashqi usullar hisoblanuvchi aholyatga oga. Innovatsiyalar

ishlab chiqaruvchisi yoki sotuvchisi asosan buzoqqa yuqaliklarga bo'lib, bu yerda narx bozor muvozanatining tartibga soluvchisi hisoblanadi.

Klasik ta'rifga ko'ra, narx – bu mahsulot qiymatining (ajmashtiruv qiymatining) pul ifodasi. Tovarning qiymati – bu tovarga kiritilgan mehnat. Agar mahsulotga talab tovar-pul munosabatlari nuqtayi nazaridan uching tekshirg'a to'g'ri kelsa, narx qiymatga mos keladi. Narx ikki cheppasiga ega: pastki va yuqori. Bahoning pastki cheppasini – bu mahsulot ishlab chiqarish tashkili va tarqatish sahnalari yig'indisi, ya'ni tovarlarni sotish bilan bog'liq xarajalar. Narxning yuqori cheppasini ushbu mahsulotga bo'lgan talab bilan belgilayadi.

Innovatsiyalar narxiga kelgach, narxkabi iqtisodiy kategoriya sifatida ko'ra chiqilishi kerak. Innovatsiyalar narxi ko'p qirrali, ko'p termoqli iqtisodiy kategoriya. Ushbu ko'plikning o'ziga xos xususiyati yangilikning o'ziga xos xususiyatlari bilan bog'liq. Bozor mahsuloti sifatida faoliyat ko'rsatadigan innovatsiya mulkka (narxga), mulkka bo'lgan huquqlarga, moddiy xizmatlarga, nomoddiy operatsiyalarni o'z ichiga oladi. Shuning uchun innovatsiyaning narxi narsaning narxini, valyuta yoki qiymatli qog'ozning almashinuv kursini, bank operatsiyalari bo'yicha foiz stavjalarni va turli haqalar uchun tariflarni o'z ichiga oladi.

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

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

Narx siyosati bu nazarlarni belgilarida ishlatiladigan taraqlar va qoidalar tizimidir. Tadbirkorlik subyekti yangi siyosatining asosiy qoidalarini Rossiya Federatsiyasi Iqtisodiy rivojlanish vazirligining 1997-yil 1- dekabrda 118-son buyragi bilan tasdiqlagan korxonalar almashinuvi siyosatini rivojlantirishning metodik ko'rsatmalarida keltirilgan.

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

- ✓ ma'lum bir yangilikka nisbatan narx siyosatining maqsadini belgilashi;

- ✓ iqtisodiy vaziyat sharoitidagi o'zgarishlarni hisobga olib, haddi ma'lum vaqt ichida va kelajakda ushbu yangilikka talabni baholashi;

- ✓ korxonaning ishlab chiqarish va iqtisodiy salohiyatini tahlil qilish va baholashi;

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

Raqobatchilarning harakatlari o'rganib chiqib, sotuvchi raqobatchi tomonidan o'zlashtirilgan mahsulotlarni sotishda qanday vositalardan foydalanilishini imkonida, chegirmalar tizimi, innovatsiyalarning xususiyatlarini aks ettiradigan shartlar, xaridoraga taqdim etiladigan xizmatlar tizimi va boshqalar) topishga harakat qiladi.

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

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

bu yerda:

**B** – bu korxonaning narxi;

**SF** – sof foydaning yillik miqdori;

**n** – kredit uchun bank foiz stavkasi, birlikda;

**K** – aktivlarning balans qiymati.

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

Godvil (ing., Goodwill – firmlar obro'si) kompaniya imidjining, uning ishbilarmonlik aloqalarining ta'minotini anglatadi. Boshqacha qilib aytganda, Godvil nomoddiy aktivlarning pul o'lchovidir - tovar belgisi, savdo belgisi va boshqalar. Godvil kompaniyani sotishda o'zini namoyon qiladi. Birlashtirishning maqsadi sinergizm. Sinergizm bilan (yunoncha synergeia – harakorlik, hamdo'stlik), umumiy natijaning ta'siri ushbu natijaga kiritilgan individual effektlar yig'indisidan oshib ketganda, ish amaliyotidagi hodisani anglatadi.

Sinergiya sabablari quyidagicha bo'lishi mumkin.

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

2. Korxonalar va kompaniyalar faoliyat yo'nalishi bo'yicha bir xil bo'lishini anglatadigan biznes-jarayonning gorizontal integratsiyasi. Ularda foydalaniladigan ishlab chiqarish resurslari yoki marketing imkoniyatlari mavjud. Bunday integratsiya bosh kompaniya va sho'ba korxonaning ishtirok etish tariga qarab xolding tashkil etish shaklida amalga oshiriladi. Lendshaft integratsiya ishlab chiqarish korxonalari, moliyaviy resurslarni taqsimlashda harakatlanishda kamaytirishga yordam beradi.

### **Asosiy atamalar va tushunchalar**

Inovatsion marketing, Brend, Narxlarini boshqarish, Korxonaning narx siyosati, Firma aktivlari, Godvil, Sinergizm, Marketing faoliyati, Biznes jarayoni.

### **Mavzu bo'yicha test savollari:**

1. Brend deganda nima tushiniladi?
2. Godvil tushunchasiga ta'rif bering.
3. Marketing faoliyati maqsad-mazmunini ifodalab bering.



4. Keryaniyaning narxi saqlanishi va uning qiymatini aniqlash qanday me'znlarga asoslangan?
5. Narxlar siyosatini hisqichlari to'g'risida ma'lumot bering.
6. Narx amallari nemiha va ular nimalardan iborat?
7. Narx mexanizmiha ta'bir ko'rsatish usuli haqida u o'zida mosiy elementni o'z ichiga oladi?
8. Innovatsion brend strategiyasi qanday bosqichlardan tashkil topgan?
9. Innovatsiyalarning harqan kirishiga anba'i?
10. Marketing faoliyati funksiyasiga taalluqi bo'lgan amallar to'g'risida nimalarni ayth bera olasiz?

## 5-BOB. XALQARO TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH

5.1. Xalqaro tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vaziflari.

5.2. Xalqaro tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda biznes rejaraning ahamiyati.

5.3. Biznes rejaraning asosiy bo'limlari va ularning tavsifi.

5.4. Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishdagi tahlil.

### 5.1. Xalqaro tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vaziflari

Biznes (business) so'zi ingliz tilidan olingan bo'lib, ish degan ma'noni anglatadi. Biznes bilan tushilg'ul bo'lgan ododa odamlar biznesmenlar, ya'ni ishbilarmenlar deb ataladi.

U Yakkirka XX asrdagi biznesning «eng buyuk qahramoni» hisoblanadi. U dastlab Genri Ford kompaniyasida ikkinchi rahbar bo'lib ishlagan, keyinchalik esa uning raqobatchisiga aylangan va «Kraysler» avtomobil korporatsiyasining prezidenti lavozimiga e'zlagan. U shunday deb yozgan: «Dunyo hayot bu vaqt erilidir. O'z oldingizni aniq maqsad qo'y. Qo'lingizni kalganiga ta'lim ol, so'ngin Xudo haqqi, birinchi narx qils».

Biznes muvaffaqatlariga o'tish koidalarga, ayniqsa, iqtisodiy yo'nalishdagi mutaxassislariga, ularni tayyorlash va ulardan amaliyotda foydalanishga bo'lgan talablarning o'zgarishiga olib keladi. Gap bu yerda notanish bilim, tushuncha va toifalarning paydo bo'lishida emas, balki iqtisodiyotni boshqarishning barcha maqoyoslarida yangicha iqtisodiy fikrlash an'anasini shakllantirish haqida ham boradi.

Biz istiqbolimiz, yo'qini, lekin olgan bilimlarimiz (oliy o'quv yurtlari, texnikumlar, univakr ustirish tizimlarida) va amaliy faoliyatimiz (bugungi kunda tubdan yangilashni talab qilishni talab qilishga majburmiz). Bu birinchil navbatda texnika va texnologiyalarga emas, balki ishlab chiqarishning iqtisodiy asoslari, biznes va tadbirkorlik, ya'ni buning ishlab chiqarish ammosenblari majmuiga taalluqlidir.

Ke'pbilik bundan noto'g'ri xusosa chiqaradi, ya'ni ularning fikriha, bazar munosabatlariga faqat iqtisodchilar va motiyachilar hamda boshqa iqtisodiy soha mutaxassislarigina qayta o'rganishi va maslahatlashi zarur bo'ladi. Amalda esa mulkchilik shaklining o'zgarishi, bazar munosabatlari, raqabat, korxonalar va tashkilotlarning iqtisodiy mustaqilligi ko'p jihatdan barcha boshqaruv tuzilmalari va xizmatlarining (iqtisodiy, texnologik, tashkiliy va iqtisodiy) yangi iqtisodiy talablar va xo'jalik yuritish qoidalariga rioya qilishini talab qiladi. Shu sababli bazar munosabatlari sharoitida yaxshi muhandislar, texnolog yoki energetik bo'lalarning o'ziga xos yotiri e'vami bo'lib, bu haqda avvalgi bo'lsa ham to'xtalib o'tilgan.

Ular o'z mamlakatlaridagi ko'plab turtalar «Firma unga foyda keltirmaydigan mutaxassislarni ushlab turmaydi» degan shiorga amal qiladi. Firmaga foyda keltirish uchun bazar ko'p yirik korxonalarida to'g'ri yo'nalishni tanlash, bozordagi o'z o'rnini to'g'ri va aniq belgilay olish, dardni olinadigan foydani e'vami, balki ushbu isloqda iqtisodiy rivojlanishni ko'ra bilish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu va shu jabi qozilalar zaminida boshqaruv qilish va uning yakunlovchi qismini bo'lgan rejalashtirish yutadi. U korxonalar maqsadlarini shakllantirish, uning erishishning usuli va usullarini aniqlash jarayonidan iboratdir. Rejalashtirishning natijasi - reja, xaridarakotlarning muvofiqlashtirilgan ma'dali bo'lib, o'z iqtisodiy muhit va qo'yilgan maqsadlarni boshqaruv qilish asosida yuritiladi.

Boshqaruv qilish - korxonalar, tarmoqlar va sohalarda miqyosida hamda butun mamlakat miqyosida iqtisodiyot balarini ilmiy usul bilan birlashtirishdir. Boshqaruv qilish shuningdek, iqtisodiyotning u yoki bu holatiga erishishning muqobil yo'llari, usullari va muddatlarini tanlash yoki muvofiq qilib olishni ham anglatadi.

Bazar munosabatlariga o'zaro rejalashtirish deyarli ushbu chiqish qolay o'adi. Ayniqe o'zlar va mutaxassislar, ayniqsa, bazar va bazar munosabatlarini tashkilotlari rejalashtirishni bazar muhandislariga tashkilot to'g'ri kelmeydi va bozorning o'z harakatlarini ushbu joy-joyiga qo'yadi deb hisoblaydilar. Yana boshqa bir mariv - iqtisodiyotni o'z muhandislariga tarzda rejalashtirish va boshqarish natijasida sovet iqtisodiyotining yirik muvofiq va muvofiqlaridir.

Darhaqiqat, sovet davridagi butun davlat va siyosat birlashtirishni o'z qo'liga olish va qo'lib qolgan qoidalaridan bir qadam ham chiqishga

chiqmagan partiya hukumatining aqidaparastligini tan olish kerak. Aynan shu sababli bir paytlar ko'ngildagidek ishlagan rejali tizim cho'x-cho'kidan so'kkilli va yaroqsiz bo'lgan kelib qoldi. Bundan tashqari, mamlakat va tarmoqlar, korxonalar va mashkilotlar, harbiy xo'jalik subyektlarining erkinligini cheklab qo'yuvchi turli xil markazlashgan buyruq va ko'rsatmalar, nazorat raqamlari va limitlar ham xalaqat bergan.

Shu bilan bir paytda korxonalar uchun ularning faoliyatini qaysi bir qisim bo'limi yoki boshqa iqtisodiy bo'lim va xizmatning rejalashtirishi va boshqartirish qilishining ahamiyati yo'q. Rejalashtirish sifati va mezonlar muhim bo'lib, mamlakatga ko'ra korxonalar faoliyati baholanadi va bozor sharoitlarida ularning barqarorligi ta'minlanadi. Shu sababli bozor rejalashtirishini umuman tan olmaydi deyish asoto'g'ri bo'lar edi. Aksincha, raqobatli kurash sharoitlarida ishlab chiqaruvchilar va ta'minotchilar o'z faoliyatini sinchiklab rejalashtirishlari zarur. Bozor mexanizmi subyektiv omillar asosiy roli o'ynovchi resurslarni markazlashgan tarzda taqsimlashga qaratilgan qattiq va jiddiyroq hisoblanadi. Bozor sharoitlarida rejalashtirishga qarshi bo'lganlarni o'zgarib bilan birga sinqaloqni ham tasvib yuboradiv deyish mumkin.

Shu sababli avvalgi paytlarda turli xil buyruqlar, nazorat raqamlari va limitlarga asoslangan rejalashtirishni, amoral va oqilona faoliyat ko'rsatishning majburiy vositasi bo'lgan rejalashtirish bilan adashtirish kerak. U xalqda ham to'liq belur qilinmagan. Masalan, Italiyaning o'lina konserni 1970-yildan boshlab tasdiqlangan 3 yillik rejalalar bo'yicha, 1988-yildan esa 5 yillik rejalalar bo'yicha ishlatmoqda. Konsernning besh yillik rejalari joriy va tekror-ishlab chiqarish rejalari bilan bog'liq bo'lib, besh yillik rejalarning har bir yili yakunidan so'ng o'tgan yil davomida erishilgan amaliy natijalarni hisobga olingan holda unga o'zgartirishlar kiritiladi.

Chetel tajribalarining hammasidan ham mamlakatimizda foydalanish kerak bo'lmaydi, buning rejalashtirishning roli muhimligi alohida e'tibor talab qilmaydi. Aynan rejalashtirish va boshqartirish qilish nimanani, qancha, qachon va kim uchun ishlab chiqarish kerak degan savollarga javab topadi. Xususan, ko'plab korxonalar yaratilishi va faoliyat rejalashtirishdan hushlanadi. Rejalashtirish mavjud ishlab chiqarish qayvillari, raqobatli sharoitlardan maksimal foydalanish,

turi xato va kamchiliklarning oldini olish, iqtisodiyotdagi yangi tendensiyalarni kuzatish va ulardan ishlab chiqarish faoliyatida foydalanish, korxonalar faoliyatining kuchsiz tomonlarini aniqlash va bartaraf qilish hamda asoslanmagan tavakkalchiliklarning oldini olishga imkon beradi.

Shunday qilib, bazar iqtisodiyoti rejalashtirishini ham baskoq qilishni ham inkor etmaydi. Ularning ikkalasini ham korxonalar, birlashmalar va boshqa ishlab chiqarish tuzilmalarining o'z kuchi bilan yoki buning uchun maxsus jebb qilingan ilmiy tashkilotlar, oliy o'quv yurti mutavassitlari hamda ayrim odamlar va mutavassitlar yordamida amalga oshirishni mumkin. Bunda zaruraviy tendensiyalarning kelgisida ekstrapolyatsiya (amaliyot ishonchli bo'lmagan axtoriy usul, ta'limni xulosalarga olib kelishi mumkin), rivojlanish tahlili, turli xildagi iqtisodiy matematik usullar (massalar, ishlab chiqarish funksiyalari usuli), ekspert baholash usuli va variyat tahlili kabi bir qator usullar qo'llanishi mumkin. U yoki bu usuldan foydalanish boshqarot qilinayotgan obyektning o'ziga xosliklari, uning rivojlanishi, dastur ishonchli ma'lumotlarning mavjudligi va tahlilchilarning, mas'ulasiga bog'liq bo'ladi.

Rejalashtirishda ham, boshqarot qilishda ham iqtisodiy jamiyat va vaziyatlarning o'zaro aloqalari korrelyatsiya usulida o'rganiladi. Korrelyatsiya tahlilining asosiy vazifalari bu nazariy belgilarning amillar belgilariga tahliliy bog'liqlik shaklini aniqlash va aks etirish hamda korrelyatsion aloqani o'lchash hisoblanadi. Aloqa qanchalik kuchli bo'lsa, boshqarotning muvaffaqiyati va uning aniqligi shunchalik yuqori bo'ladi.

Hozirgi kunda boshqarot hisob kitoblari bir qator yotakchi muvofiq ravjdan strategik dastur va rejalarni ishlab chiqarish, ilmiy ta'qiqotlar o'tkazish, tijorat-konstruktorlik ishlarini amalga oshirishda foyda keltiradi. Reja va boshqarotlar iqtisodiyotning quyi bosqichlari

korxonalar, firma va ishlab chiqarish birlashmalarida ham muvaffaqiyatning muhim elementi hisoblanadi.

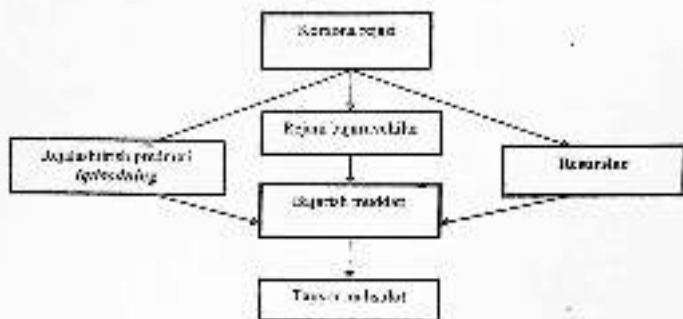
#### **Rejalashtirish va boshqarot qilishning maqsad va vazifalari.**

Rejalashtirish va boshqarot qilishning maqsudli funktsiyasi bazar hisob-kitoblari, boshqarot va dalillar asosida korxonalar faoliyatining

qisqa va uzoq muddatli strategiyasini belgilashdir. To'g'ri, bu xodimlar soni 5-10 kishidan 100 kishigacha bo'lgan mikrofirm va kichik korxonalar ga qaraganda ko'proq yirik korxonalar uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Biroq har bir holatda rejalashtirish belgilangan piravard natijaga erishishi uchun yo'naltirilgan resurslar (maddiy va moliyaviy) harada odamlar mehnatini bosqichma-bosqich qaratib oladi.

Rejalashtirish odatda detali hisob-kitoblar va ko'rsatmalarga asosan amalga oshiriladi. U bir tomondan barcha xodimlar uchun vazifalarni (har bir xodim qancha va nima qilishi kerak), ikkinchi tomondan jabbayor uchun ko'rsatmalarni (korxonani belgilangan maqsadga erishishi uchun qanday boshqaruv qarorlari qabul qilish kerak) belgilab beradi.

Ishlab chiqilgan reja birinchidan, ishlab chiqarish imkoniyatlari bilan bog'langan bo'lsa, ikkinchidan, undagi xato va kamchiliklar minimal bo'lsa, uchinchidan esa, ishlab chiqarish rejalashtirilgan maqsadga amal to'labiga ega bo'lsa, bu holda rejalashtirishni samarali deb hisoblash mumkin bo'ladi. Korxonani moliyaviy tasvirlagan reja buyruq maqsadga ega bo'lib, barcha bajaruvchilar uchun majburiy xarakterga ega bo'ladi. Korxonani miqyosida rejalashtirishning maqsadli funksiyalari va tarkibini quyidagi sxema yordamida aks ettirish mumkin (1-shizma).



5.1-shizma. Korxonani miqyosida rejalashtirish

Birnes qanchalik yirik, ko'rsatilyotgan xizmatlar, bajarilyotgan ish va ishlab chiqarilayotgan mahsulot hajmi qanchalik katta bo'lsa, katta hajm va yo'nalishiga mos ravishda rejalashtirish jarayonida hal qilinishi lozim bo'lgan vazifalar doirasi shunchalik kengayadi. Biroq har qanday holatda ham rejalashtirish quyidagi savollarga javob berishi lozim:

- \* birinchidan, nima, qanday va qanday raqobatlarda ishlab chiqarish;

- \* ikkinchidan, talablangan raqobatlardagi aniqlangan hisob-kitoblar asosida amalga oshirish lozimi;

- \* uchinchidan, mahsulot sifati, uning raqobatcharadosoligi qanday va u iste'molchilik talabiga ega bo'ladimi;

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

- \* beshinchidan, kutilayotgan rentabellik darajasi, foyda hajmi va boshqa pul ko'rsatkichlari qanday bo'ladi.

Ushbu savollarga javob toza olinmaz rejalashtirish oqidiy chizmani-yatabilikni tuzib, asoslangan xarakterga ega bo'ladi, ishlab chiqarishning kelgusi rivojlanishi izdan chiqib, korxonaning o'zi mavjaviy qiyinchiliklarga duch keladi va iqtisodiy barqarorlikni yo'qotadi. Shuning natijasida ham rejalashtirish yoki rejani ishlab chiqarishga kirishishdan oldin iqtisodiy tahlil o'tkazish zarur bo'lib, uning asosiy vazifalar quyidagilar hisoblanadi:

- \* qo'ni bajarish, ishlab chiqarish dinamikasi va mahsulotni sotish darajasi;

- \* ushbu ko'rsatkichlar o'zgarishiga omillarning ta'sirini aniqlash;

- \* mahsulot chiqarish va sotishni ko'paytirish uchun ixtisai ishlab chiqarish xarajalarini aniqlash;

- \* aniqlangan zaxiralardan foydalanish bo'yicha shart-ta'dirlar ishlab chiqarish.

Rejalashtirish va zaxiralar yoki foydalanilmagan imkoniyatlarni aniqlash bilan e'tibor korxonaning iqtisodiy xizmatlari (reja bo'limi, ishlab chiqarish bo'limi, mehnat bo'limi, ish haqi bo'limi va hukm) shug'ullanadigan bo'lsa, ishlab chiqarish zaxiralari bilan foydalanishga texnik, texnologik va boshqa bo'lim va xizmatlar jalb qilinishi mumkin. Boshqacha qilib aytganda korxonaning samarali faoliyat

ka'rsarishi va uning iqtisodiy barqarorligini ta'minlash butun korexona jamoasining vazifasidir.

Mazkur yondashuv ayniqsa hozirgi kunda, ko'plab korexonalar xususiylashtirilish va davlat tasarrufidan chiqarish natijasida akriyosiderik shakliga o'tayotgan sharoitlarda muhim ahamiyat kasb etadi. Afsuski, amaliyotda xodimlar o'zida ko'pincha vrsabsoyot hantus natsari ko'proq biladiz tamoyili keng tarqalgan bo'lib, buning natijasida korexona rivojlanishiga oid bir qancha masalalar, xususan, ishlab chiqarish zahiralarini izlab topish va ulardan foydalanish vazifasi korexona rahbariyati zimmasiga yuklab qo'yiladi. Ishga hu qadar yondashiladigan bo'lsa, jiddiy va uzoq muddatli muvaffaqiyatdan umid qilish mumkin emas.

To'g'ri, jamoa korexona bayorida, xususan, ishlab chiqarish xodimlarini izlab topish va ulardan foydalanishida ishtirak etishi uchun korexona rahbariyatining o'za va bo'lim boshliqlari demokratik bo'lishi, byurokratiya va avtoritarizm xislatlaridan xoli bo'lishi, qabul qilinayotgan qararlarda oshkorlikni namoyon qilishi hamda oddiy xodimlarning talab va takliflariga yetarlicha o'tibor bilan qarashlari lozim. Boshqaruvning aynan shu usuli beqaror kunda xoziridagi ko'plab korexona va firmalarda keng qo'llanmoqda.

Rejalashtirish doimo kelajakka yo'naltirilgan bo'ladi. Bu holat uni ma'lum bir darajada bashorat qilishga o'xshash qilib qo'yadi. Biroq rejalashtirishdan farqli ravishda bashorat qilish jarayonida belgilangan maqsadlarga erishish imkoniyatlari aniqlanadi. Bashorat ehtimoliy xarakterga ega bo'ladi. Uning o'zida kelgusida turli xatti-harakatlar va hujaj tabiiy, iqlim, iqtisodiy, ilmiy-texnik va hukazoo omillar n'isbi o'sish o' yoki be maqsadlardan cherga chiqish ehtimoli darajasi baholandi.

Reja va bashorat korexona rivojlanishi istiqbollariini aniqlasoga yo'naltirilgan fikrlar muqobil yondashuv emas, balki xo'jalik sharoitidagi ishlab chiqarishning bir-birini to'ldirib turuvchi bosqichlari bo'lib, bunda reja korexona boshqaruvining asosiy vositasi hisoblanadi. Shu sababli har bir holatda bashorat qilingan ko'rsatkiclardan rejalashtirilgan ko'rsatkiclariga o'tish ta'minlanishi lozim bo'ladi.

Amaliyotda bashoratning ilmiy, texnik, iqtisodiy, ijtimoiy, demografik va boshqa turlari ajratib ko'rsariladi. Ko'pincha kompleks bashorat - ilmiy-texnik, ijtimoiy-siyosiy, texnik-iqtisodiy va



hukamidan foydalaniladi. Boshqat bar qanday holatda ham obyektiv jarayonlar talablariga maksimal darajada mos kelishi kerak.

Rejalashtirish tizimining dastlabki ho'g'ini sifatida boshqat qilish korxonaning ichki faoliyatidan tashqari keng masalalar doirasini qamrab olishi zarur. Masalan, unga hal qilib bo'lingan, birinchi amaliyotda qo'llanilmagan texnik, iqtisodiy, investitsion muammolar; istiqbolda yangi mahsulot ishlab chiqarish uchun mo'ljallangan materiallar, texnologik jarayonlar, asbobl-askuna va qadamlar; ishlab chiqarish modernizatsiyasi tufayli kadrlarga bo'lgan ehtiyojni amqlashni kiritish muamkila. Boshqat qilishda shunagidaki, kelgusida yuzaga kelishi muamkin bo'lgan muammolar, o'rtakuzilayotgan ta'qiqoillarni baholash ham ahamiyatli a'hamiyat kasb etadi.

Korxonaning kelajakda 1 - yildan so'nggi holatini bir maqsadli boshqat qilishni uning faoliyati o'zgaruvchilari ko'rsatkichlarida yo'l qo'yish muamkin bo'lgan quyidagi modelni mavbatma-mavbat ifodalash sifatida aks etirish muamkin (V):

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

hunda:

x - boshqat qilinayotgan ko'rsatkich o'zgaruvchilari (investitsiyalar, korxonaning personal, taqsimlanmagan foyda va boshqat);

y - shart-sharoitlar sifatida ko'rib chiqiluvchi o'zgaruvchan ko'rsatkichlar (buzor holati, soliqlar, tabdiy-ijtimoiy sharoitlar va boshqat);

z - asos qilib olingan korxonaning faoliyatining boshqat qilinayotgan ko'rsatkichlari hosilang'uch qiymati.

Korxonaning asosiy va ayilama kapital, ayrim mahsulot turidagi chiqarish va ularning tamsaxi, foyda, mehnat mahsuldorligi kabi muhim ko'rsatkichlarini mavbatma-mavbat ifodalash natijasida boshqat qilinayotgan 1 - yildan so'ng yuzaga kelishi muamkin bo'lgan korxonaning holatining to'liq boshqatni olish muamkin.

Boshqatning ishonchligini ko'p jihatdan korxonalar ma'lumotlar to'plamida saqlashi va sistemalashtirishi lozim bo'lgan xabarlarning to'liq va ishonchlilik darajasi belgilab beradi. Boshqat

yoki nece'g'ni axhorot boshqaruvida xatoliklarga olib kelishi mumkin.

### **Rejalashtirish va boshqaruv qilishning normativ asoslari.**

Erkin iqtisodiy faoliyat va iqtisodiy rivojlanib boryotgan, hozir avvalgi zavod va fabrikalarga qaraganda ko'proq zamonaviy biznes va tadbirkorlik haqida gapirayotgan bir sharoitlarda matematika tili bilan aytganda norma va normativlar (normativ asoslar) shozora talabchasi bilan bog'lanishi qiyin bo'ladi. Bugungi kunda ularning roli va ta'siri biroz susaygan, chunki ular tadbirkorlar fikriga ko'ra buzruqqa qaraganda ko'proq rejalashtirish iqtisodiyot tomon yaqinroq turganday bo'ladi.

Aslida esa bunday emas, albatta. Norma va normativlar doim rejalashtirish va xo'jalik boshqaruvining muhim elementi bo'lib kelgan. Ular bir biznesmen va tadbirkor, aytaylik, do'kon, restoran, mehmonxona yoki mebel ishlab chiqaruvchi sex quruvchisi bo'lsa, albatta qurilish xarajatlari va ishlab chiqaruvchi resurslarni hisob-kitob qiladi. Ya'ni u rejalashtirish bilan, to'g'rirog'i xarajatlar va resurslar talabini ularning har bir turi bo'yicha normalashtirish bilan shug'ullanadi. Buzruqdan hadda, davlat korxonasi chirkani, hadda xarajatlar minimal bo'lgan holda ko'proq foyda va daromad olishga intilishi tabiiy.

Xo'jalik amaliyatida normalashtirish bu mahsulot ishlab chiqarish va sotish jarayonlarining normal ko'chishi uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish va boshqa resurslar talabini va sarflarining o'z yuqori va o'z quyi normalashtirishini ishlab chiqarish va belgilash usulidir. Normalashtirish elementlari sifatida norma va normativlarni ko'rsatib o'tish mumkin.

Norma bo' - belgilangan sifati (umuman, standartli bir bitta) mahsulot chiqarish uchun sarflanuvchi uo norma, belgilangan hajmi metall konstruksiyasini kuyshilash uchun sarflanuvchi elektrodlar soni va hokazolar) mahsulot (ish, xizmat) hiligini tayyorlash uchun xomashyo, material, yoqilg'i, energiya va hokazolarning murlag (shoyyor) sarflash mumkin bo'lgan maksimal kataligidir.

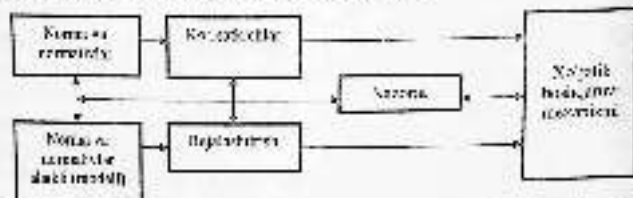
Shu tariqa norma, qiymat va mehnat o'lchamlari bilan belgilangan norma yordamida mahsulot, bizning holatida palto ishlab

chiqarish bilan bog'liq barcha xarajalar tartibga solib boriladi. Agar mahsulot birligiga to'g'ri keluvchi xarajalarni jami chiqarilgan mahsulotlar summasiga ko'paytirib, korxonaning ma'lum turdagi mahsulot ishlab chiqarish bilan bog'liq umumiy xarajatlarini muvazunlashtirish mumkin bo'ladi.

Normativ ko'rsatkich bo'lib, mutlaq (absolut) kattalikni emas, balki ishlab chiqarish vosilalaridan foydalanishning belgilangan o'lchamini, mahsulot tavsifnomasi yoki tashkiliy-iqtisodiy hali-harakatlarni aks ettiradi.

Normativlar odatda foyda yoki ko'rsatkichlarca belgilanadi va aks ettiradi (masalan, asbob-uskunalarni yuklash ko'rsatkichi, iste'mol qilmisi hisob o'tilgan yo'l ko'rsatkichi, surting yog'lik foizi va hokazo). Normativlar shuningdek, zarur xomashyo va materiallar, aylanma mahlag'lar hajmi, ishlab qilinuvchi asboblarni muvazunlashtirishda ham qo'llanadi.

Ko'rsatkich boshqaruvi mexanizmidagi normativlarning o'rni va roli quyidagicha aks ettirilishi mumkin (5.2-sizmani):



5.2-chizma. Ko'rsatkich boshqaruvi mexanizmidagi normativlarning o'rni va roli

Norma va normalivlar o'lchash va limitlash funksiyalari bilan (xamjilarning yuqori yoki quyi chegarasi, qo'llash, iste'mol) tashqari hisobga olish, nazorat qilish va og'zaktirish funksiyalarini ham bajaradi. Ular ishlab chiqarishni rejalashtirish va tartibga solish, xarajatlarni erishilgan natijalar bilan solishtirish, darabliki mas'uliyat ob'ektlarini belgilash va ularni faoliyat natijalar bo'yicha o'zgartirish, erishilgan natijalarni obyektiv baholash uchun asos hisoblanadi.

Norma va normalivlar analiyotda quyidagi asosiy guruhlar bo'yicha ishlab chiqiladi:

- niqmat sarti normasi;
- moddiy xarajatlar normasi;
- vaqt normasi (asosiy, qo'shimcha va hokazo);
- maslaha, asho'ba-uskuna va ishlab chiqarish qovva-laridan foydalanish normasi;
- ishlab chiqarish jarayonini tashkil qilish normativlari;
- atrof-muhitni muhofaza qilish normativlari;
- kapital qo'yilmalar (investitsiyalar) samaradorligi normasi;
- loyi-dadagi qovvalarni o'zlashtirish normasi;
- aylanma vositalar (mablag'lar), ishlab chiqarish zaharalar normasi va hokazolar.

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

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

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

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

Normativ asoslari ishlab chiqarishni rejalashtirish va hashora qilish uchun beshlang'ich nuqta bo'lib xizmat qiladi. U ishlab chiqarish xarajotlarini va chiqarilayotgan har bir mahsulot tuzatishini aniq va beqara belg'lashga imkon beradi.

Demakda ilg'orda norma va normativlar birinchidan, resurslarning aniqcha sarflanishi sidiini olish, ikkinchidan, korxonaning belgilangan ish tartibini ta'minlash, uchinchidan chiqarilayotgan mahsulotning belgilangan tavsifxonalardan chetga

chiqishining oldini olib, ta'rtinchidan arrof mulkdan mahofaza qilish va normal mehnat sharoitlariga rioya qilish. **Beshinchidan** esa korxonalar faoliyatini rivojlantirish va boshqarish uchun ma'lumotlar to'plamini yaratish maqsadida ishlab chiqiladi va belgilanadi.

Normativ asoslarini yaratish bo'yicha ishlar uni ishlab chiqish joyi va qaysi idara yoki bo'lim tomonidan ishlab chiqilishidan qat'iy nazar, ishlab chiqarish iqtisodiyoti, texnika va texnologiyalaridagi yaxshi tabiatda bo'lgan mutaxassislar, professional (ma'lakali) normativ guruhlari zimmasiga yuklatilishi lozim. Ma'lakali va asoslangan tashkilotlar ishlab chiqilgan norma va normativlar nayot davri nazariya bo'lib, ular o'zgarishlarga katta-katta uchmaydi. Shunday bo'lsa-da, yuqoridagi aytilgan o'ylarimizda, eng yaxshi norma va normativlar ham vaqt o'tishi bilan fre-texnika taraqqiyoti va ilg'or ishlab chiqarish tajribalari ta'siri ostida qayta ko'rib chiqiladi.

### 5.3. Xalqaro tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda biznes-rejaning ahamiyati

**Biznes-rejaning mazmuni.** Korxonalar faoliyatini avvalambor qiyosli olib berishda biznes-reja muhim rol o'ynaydi. Biznes-rejaning tuzilishi va mazmuni qat'iyatli shartlar bilan bog'lanmagan. Bizning fikrimizcha, yetti bo'limga iborat biznes-reja eng maqbuldir.

**Biznesning tuzilishi.** Firmaning miqdoriy ko'rsatkichlarini, tashkiliy-huquqiy shaklini, joyini, manzilin, ishlovchilar sonini ko'rsatish lozim. Ishlab chiqarilmoqchi yoki bajarilmoqchi bo'lgan tovar va xizmatlarni, korxonaning qisqacha tarixini, ishtiroqini, markaning hududini, ishlovchi va ta'minotchilarni ko'rsatish lozim.

**Biznes-reja nima uchun muhim?**

Zamonaviyning deyarli barcha biznes mutaxassislari biznes-reja yozish va uni tayyorlashning muhimligi haqida ta'kidlashadi. Shunga qaramay, ayrim tadbirkorlar aniq bir rejasiz raqobatchi biznes rivojlanishiga kirib kelishga harakat qilishadi. Bunga sabab nima bo'lishi mumkin? Bu savolga tadbirkorlar bir qancha hahonatalarni sabab qilib ko'rsatishadi. Ahamiyat berib, ular aytish omias, halki sabab sifatida keltirilgan bahosalardir.

Mana shunday bahosalar quyidagi ko'rinishda ta'riflanishi mumkin:

• *Tadbirkorlik faolligini boshlashga bo'lgan ishtiyoq muvaffaqiyat uchun yetarli deb o'ylashadi;*

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

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

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

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

### **Biznes rejaning afzalliklari.**

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

1. *Amalgga oshirmoqchi bo'lgan ishingiz bajarilish ehtimoli ganchaligi;*

2. *Ushbu isteni amalga oshirmoqchi bo'lgan liderlar va boshqa-ovushilarning ganchalik bunga qodir va buyuqadi ekanliklari.*

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

1. **Tadbirkorlikni moliyalashtirish** - tadbirkorlikdan kelib tushadigan tashlab'agan qanday foydalanishni bilasizmi? Foyda va

zmmar ko'pganda qanday ish yuritishni rejalashtirayapsiz? Biznes yuritish xarajat va tushumlar balansi varaqasini qanday yuritassiz?

2. **Karidorlar** – Siz amalga oshiradigan xizmat yoki ishlab chiqaradigan mahsulot xaridolari kimligini bilasizmi? Ular bilan qanday aloqa o'rnatasiz?

3. **Raqobatchilr** – Sizing faoliyatingizga kimlar raqobatchi bo'la oladi? Ularga qaraganda qanday ustivor xizmat yoki mahsulotlarni taqdim eta olasiz?

4. **Biznesning kundalik faoliyati (*Operations*)** Sizing biznesingizni muvaffaqiyatli yuritish uchun kundalik ravishda qanday ishlar amalga oshirilishi zarur? Harfilik va oylik ravishda-emi?

5. **Kelajakdagi rejalaringiz** – Biznesing davomiyligani qanday ta'minlaysiz o'ylab ko'rganingiz?

Biznes reja yozish va izlanish vaqt va kuch talab etadi. Tadqiqotlik faoliyatingizga qarab biznes reja yozish biz nechta haftada bir necha oy davomida vaqt talab etishi mumkin.

Biznes rejaning tarkibiy qismlarini yozish g'amaniga o'rishdan avval quyidagilarga ahamiyat bering:

*Ko'p hollarda biznes rejaning bir nechta shakl (versiyada) bo'lishi ulanay holat* – masalan biri ichki ishlatish uchun ishlatiladi, ikkinchisi esa tashqi kengaytirilgan shaklda bo'lib, sarmoyat va grant qabul qilishda ishlatiladi.

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

*Biznesingizning moliyaviy rejalashtirish amalda oshirib bo'ladigan, ya'ni, real hayotga yaqin qilish reja chiqarishingiz juda ham muhim.* Sarmoyadalar va kredit uyushtirishdan avvaliy reja tuzat olishingizni kutibsed. Agar rejaingiz amaliy bo'lmasa ularning ishonchini juda ham tez yo'qotasiz. Bu esa mahlag' topishingizni juda qiyinlashtiradi.

*Taklif etayotgan mahsulot va xizmatni oddiy tilda ta'riflab berish muhimligini unutmay.* Agar biznes rejangizni o'qigan.

Inson siz nima haqida gapirayotganingizni tushumasa, sizning loyihangizni qo'llab-quvvatlamasligi mumkin.

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

*Biznes rejangizni o'zgartirishga va unga yangilik kiritishga doimo tayyor turishingiz kerak.* Biznes rejangiz faoliyatingiz o'zishi, bozorning o'zgarishi bilan unga moslashishi kerak. Shuning uchun har bir bizneslar har chorskada (3 oyda bir marotaba) amalg oshirayotgan isalarini baholashlari zarur.

Bug mahitni esa yuqorida keltirilgan qoidalariga amal qilishi siz yuzmochi bo'lgan biznes rejangizga xalisona nazar solishingizga undaydi. Bu esa o'z navbatida, rejangizning kuchli va kuchsiz tomonlarini anglasoga, e'tibordani chotda qolgan masalalarga ahamiyat berishga, muammoli taradlarini aniqlash va ularni taratishga harada raqandga erishish rejasini taxisliga yordam beradi.

### 8.3. Biznes rejanging asosiy ha'limlari va ularning avstiflari

*Biznes rejanging tarkibiy qismlari.*

Xo'sh, biznes reja qanday tarkibiy qismlarcho iborat?

1. *Titul varog'i*

2. *Mundarija*

3. *Qisqa xalosa yoku rezjume*

4. *Mahsulot va xizmatlar ta'rif*

5. *Bozor haqida ma'lumot*

6. *Marketing strategiyasi*

7. *Raqobatchilar haqida ma'lumot*

8. *Kundalik bajariladigan amaliy ish jarayoni*

9. *Menagement*

10. *Mutaxassis xodimlar*

11. *Moliyaviy ma'lumotlar va reja*

12. *Yordamchi hujjatlar*

*Titul varog'i.*



- Biznes reja sarlavhasi.
- Tayyorlash muddati.

Kim tomondan tayyorlangan, tuzatuvchi to'liq nomi va manzil, telefon raqami, telefon raqami.

- Biznes reja kim tomonidan tayyorlangan.

Biznes reja shartida avvalik boqari to'g'risida ma'lumot beriladi.

### Mundarija.

Biznes reja bajarilgan foydalanishni va unda bo'lgan mas'uliyatlarni, bo'limlarni o'zida topish uchun o'ziga xos yo'riqchaga ehtiyojini o'zida. Mundarijada, biznes reja uchun bo'lgan mas'uliyat, har bir bo'limning sarlavhasi va albatta o'z raqamlari berilishi kerak.

### Qisqa xulosa yoki rezюме.

Qisqa xulosa yoki rezюме: Har qanday biznes rejaning ilk 2-3 sahifasi amalga oshiruvchi bo'lgan faoliyatning umumiy mazmunini ifodalay beruvchi, biznes reja qo'lla olingan kishini qiziqituvchi va o'qishni davam erishga undovchi qisqa hisoblanadi.

Nima uchun biznes rejaning boshida xulosa yozish kerak degan asosli savol tug'iladi. Buning javobi esa juda oddiy. Sizning biznesingizga sarmoya qo'llanuvchi yoki kredit beruvchi tashkilotga sizdan boshqa boshqa yuzlab biznes rejalari taqdim etiladi. Ko'pgina biznes rejalari esa 50-100 hanni tashkil etadi. Sarmoyachil va kredit uyushmalarining barcha mas'uliyatni to'liq o'qib chiqishga imkoniyati yo'q.

Sizning uchun ular eng avvalo xulosa qismini o'qib chiqishadi va u yerda ushbu biznesga eod bo'lgan barcha mas'uliyatlarining qisqa mazmuni bilan tanishishadi. Biznes rejaning ushbu qismini rejaning barcha tarkibiy qismlarida keltirilgan mas'uliyatlarining ko'zda, oddiy va ushbu qismini qilib ta'virlash kerak.

Agar ushbu qismini o'qigan kishi sizning qiziqituvchisiz, buni qanday amalga oshiruvchisiz, unga qancha o'zimga talab e'tilishini, kantar buning ustida ishlab chiqishni va hozirgi talab qandayligini o'qimasa, biznes rejaning qolgan qismini o'qimaydi. Ya'ni, biznes rejaning bu qismini bilan siz sarmoyachil qiziqituvchi, sarmoyador rejaning keyingi qismlarini baxtsiz o'qishga kirishadi.

Rezюме va xulosa qismini yozish uchun bo'linadi:

**Kirish:** loyihaning qaqasini mazmuni va uni amalga oshirish rejasining maqsadlari.

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

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

Biznes-rejada ushbu qismining muhimligini yana bir maromcha ta'kidlab o'tish uchun asosidir. Ushbu bo'lim potensial sarmoyalarda biznes-rejani davomlatish istagini hosil qilish kerak.

**Yifhsulot va xizmatlar ta'rifli.**

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

Ushbu qismini yozishda quyidagilarga ahamiyat bering:

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

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

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

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

3. *Taklif etilayotgan mahsulot va xizmatlar qaysi jihatlar bilan ajralib turadi? Mahsulotni xaridorlarga raqobatbardosh narxda taqdim etib, ma'lum darajada foyda ko'zib namoibmi?*

**Bozor haqida ma'lumot.**

Sarmoyadorlar havo bir loyihani muliyatlashtirishdan avval ushbu loyihani amalga oshirmoqchi bo'lgan tadbirkorning bozorni qanchalik o'rganganligi va bilishiga katta ahamiyat berishadi. Agar siz yangi mahsulot va xizmat taklif etayotgan bo'lsangiz, bozorni qanchalik bilishingiz haqida ma'lumotlarini ko'zlashtirish kerak.

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

Biznes rejasining ushbu qismi juda muhim, chunki agar siz taklif etayotgan mahsulot va xizmatga talab bo'lmasa, unga xaridor bo'lmaydi. Agar biznesingiz xaridorlari mavjud bo'lmasa biznes ham bo'lmaydi. Sizning uchun ushbu qismda quyidagi ma'lumotlarni ko'zib o'tishingiz muhim:

1. *Bozor haqidagi batafsil ma'lumot;*

2. *Siz tanlagan mahsulot va xizmat haqida va nisbat uchun qaynu sharti talabningiz haqida batafsil ma'lumot;*

3. *Sizning mahsulot va xizmatlaringizga bo'lgan bozor talabi (iloji boricha asoslovchi hujjatlar bilan);*

4. *Ushbu bozorning ushbu faizini egallashni rejalashtiryapsiz?*

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

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

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

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

**Marketing strategiyasi.**

Ushbu tarkibiy qismda hozir saqlab olinganlar so'ng ushbu bozordagi xaridorlarga mahsulot va xizmatlarni qanday qilib yetkazib berish strategiyasini aniqlash kerak. O'rganish oshirilgan bozorni zabt etish usullarini ishlab chiqish kerak. Bu esa puxta marketing

strategiyasini talab etadi. Marketing strategiyasini ishlab chiqish va tuzatish biznesingiz uchun muhim omil hisoblanadi.

Juda sifatli mahsulot yaratish yoki innovatsion texnikani taklif etish xaridorlar ishtirokini qozonishga va bozorni zabt etishga kamilik qiladi. Potensial sarmoyachilar taklif etilayotgan mahsulot yoki xizmatga xaridorlar to'lay oladigan darani belgilanishini va xaridorlarni zabt etish olinishiga ishlovchi bosil qilishlari kerak.

Marketingning eng asosiy elementlaridan biri reklama hozirgi zamonada tadbirkorlar uchun juda samarali marketing qurolli hisoblanadi. Reklama juda muhim, lekin u marketingning yagona qismi emas. Shuning uchun har bir reja uchun ushbu qismini sal ko'proq nazar bilan tuzish kerak.

Biznes reja uchun qismini yozishda quyidagi jihatlarga ahamiyat berish muhim:

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

2. *Ma'lumotdagi xaridorlarning asosiy talablari qanday?* Xaridorlar haqida demografik ma'lumotlar: ularning yoshi, jinsi, daromad darajasi, asosiy kash sohalari (masalan, ofis ishchilari, fabrika ishchilari yoki buyruvchilar).

3. *Muvaffaqiyatli marketing strategiyasi asosan bir nechta reklama strategiyalarini o'z ichiga qamrab oladi.* Masalan, radio va televizor reklamalari, ijtimoiy tarmoqlar va veb-sayt, gazeta, savdo yarmarkalari, potensial xaridorlarga qo'ng'irag qilishsiz yuhucish va hokazo. Ma'lumotdagi xaridorlar guruhlari asosan qaysi informatsiya vositalari bilan foydalanishlarini o'rganishingiz shart. (masalan, uy beklariga ma'lumotlangan reklama avtomobilga yoki futbolga bag'ishlangan gazetaga joylashtirish umuman foyda keltiruvchiligi aniq).

4. *Xaridorlarga qanday yo'l bilan mahsulot va xizmatdaringizni taklif etish strategiyasini aniqlagach, ushbu strategiyani batafsil tavsiflab berishingiz muhim.* Mahsulot qanday yo'llar bilan tarqatiladi va chunki so'lab olgan xaridorlar qanday rag'batlanadilar?

Marketing strategiyasi davmo yangilanib borilishi muhim. Bosh va xaridorlar talabi o'zgarib turadi. Raqobatchilar yangi mahsulot taqdim etishi, texnik rivojlanishi, demografik o'zgarishlar bozorga ta'sir etadi. Shuning uchun raqobatchilarni doimo o'rganib borish va ularning istahklarini ulardir bilish sizga qo'shimcha ustunlik taqdim etadi.

#### **Raqobatchilar haqida ma'lumot.**

Buozordagi raqobatchilarning kuchli va zaifliklari tarafdarini tushunish, raqobatchilarning bo'lishiga katta yordam beradi. Raqobatchilar doimiy muvofiqda talab qilib borilishi kerak. Raqobatchilar kimga qanday bo'lishga qaratilgan bo'lishga yordam beradi.

Agar raqobatchi qiyalayotganini bilsangiz, buning sabablarini aniqlash muhim. Ushbu ma'lumot xuddi shunday xatoni tikrolanmaslikka yordam beradi. Xuddi shunga o'xshab, agar raqobatchi juda ham muvaffaqiyatli bo'lsa, buning sabablarini o'rganish va uni qo'llash zarur. Agar raqobatchi muvaffaqiyatli foydalanib kelmayotgan bo'lsa, potensial samaroyuchiga nima uchun ushbu bozorda yoki bir mahsulot va xizmatga joy berishini tushundirib berish kerak bo'ladi.

Diznes-rejaming ushbu qismida quyidagi aniq ma'lumotlar keltirilishi kerak:

1. Ular qanday raqobatchilar kimga? Ular qayerda joylashgan? Qanday vaqt davomida ular ushbu biznes bilan shug'ullanib kelishmoqda? Ular qancha daromad qilishini bilasizmi?

2. Agar raqobatchi qiyalayotgan bo'lsa, uning sabablari nima? Raqobatchi bozorning nashri bilan ulushiga ega qanday? Qaysi jihatlari bilan siz bajaraning ishlar raqobatchilarnikidan farq qiladi yoki o'xshaydi?

3. Agar raqobatchi muvaffaqiyatli bo'lsa, uning sabablari nima? Ular bilan ham muvaffaqiyatli bo'lish imkoni mavjudmi? Siz raqobatchilardan ham muvaffaqiyatli bo'lishni qanday taqdim qilmoqchisiz? Raqobatchilarning biznesi o'ziga xos qanday yoki pasayib qanday?

#### **Kundalik bajariladigan amaliy ish jarayoni.**

Yaqinda sanab o'tilgan tarkibiy qismlar potentsial samaroyuchida o'z yangi bozorga taqdim qilishga xizmat qiladi. Biznes

rejaning amaliy ish jarayoni qisqida esa sarmoyador yoki kredit uyushmasi ushbu g'oyaning amaliy ijrosi qanday qilib ta'minlanishi haqida ko'rib chiqiladi. Ular taklif etilayotgan mahsulot va xizmatning bazorga olib

chiqish uchun qaysi resurs va usullardan foydalanishi bilan qiziqiladi.

Biznes rejaning ushbu qismini quyidagi biznes talablarni tasvirlab berishi kerak:

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

2. *Xarid qilish* - Mahsulot va xizmatlarni rivojlantirish va bazorga yo'kazib berish uchun qanday xizmatlar va ishlab chiqarish xizmatlari xarid qilinadi?

3. *Ishchilar* - Kundaik ishdauni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan ishchilar.

4. *Jiluz va uskunalar* - kompyuter, ishlab chiqarish texnikasi, printer va hokazo.

5. *Afsusdara* - idora, zavod, fabrika, omboxona va boshqalar.

Shuningdek, siz ushbu jarayonlarning tadbir erish strategiyasini batafsil yozishingiz kerak.

### **Menajment.**

Ko'pgina sarmoyadorlar biror bir biznesga moliya qizarishdan avval ushbu biznesning yuqori menajment tajribasi va qobiliyatiga alohida ahamiyat berishadi. Chunki g'oya qanchalik ajoyib bo'lmasin, agar uning bosqida boshqarishni bilmaydigan menajerlar jamoasi tansa, ushbu g'oyaning muvaffaqiyatga aylinishi mushkul.

Potensial sarmoyadorlar menajment jarayonining tajribali ekanligiga va g'oyani amalga oshirishga qodir ekanliklariga amin bo'lishlari kerak. Agar mavjud boshqaruv jamoasida kadrlar qobiliyati muammoli bo'lsa, buni albatta biznes rejada ko'rsatilishi kerak. Shuningdek, bu muammoni qanday bartaraf etilishi ham batafsil tasvirlab berilishi shart. Masalan, mavjud menajerni

qo'shimcha tayyorlash yoki hoshqa iqtidorli menejerlarni jalb etish rejasi ko'rsatilishi kerak.

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

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

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

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

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

**Mulassis xodimlar.**

Har qanday biznesning muvaffaqiyatini ushbu biznesda ishlayotgan mutaxassislar bilan o'lishish mumkin. Chunki syria tadqiqotlarga ko'ra xaridchilarning 70 foizi agar tez va sifatli xizmat ko'rsatilsa, ushbu biznes bilan ulajalarini bunday tuzishadi. Tez va sifatli xizmat esa biznesning ishchilari tomonidan ko'rsatiladi. Shuning uchun ham ishga olinmayotgan kadrlarni sinchkovlik bilan tanlash strategiyasini ishlab chiqish kerak.

Biznes-rejaning ushbu qismini yozayotganda quyidagi savollarga ahamiyat bering.

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

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

3. Ishchilarda qanday professional qobiliyalar bo'lishi zarur?

4. Ushning ish tavsifini batafsil yozing.

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

6. Ish haqida qanday kelishasiz? Sozlashni yoki ishbayni? Yoki shunchaki oylik maosh belgilasizni?

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

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

### **Moliyaviy ma'lumotlar rejasi.**

Har qanday biznes boshqaruvining markazida olib borilgan biznesning moliyaviy boshqaruvi turadi. Daromad keltiruvchi biznes tashkil etilishning eng birinchi qadamlaridan biri bu moliyaviy boshqaruvi tizimini tashkil etishdir.

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

1. *Naqd pul muomalasi rejasi.* Ushbu reja biznesdagi barcha naqd pul tushum va xarajatlarni nazorat qiladi. Naqd pul muomalasi rejasi o'zining mavjulligi har qanday biznesdagi rentshelligini aniqlash uchun zarurdir.

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

3. *Rentshellik me'yori tahlili.* Yalpi daromadning xarajatlar umumiy miqdoriga nisbatidir. Ushbu tahlilda biznesda mavjud bo'lgan xarajatlarni qoplash uchun qancha daromad qilish kerakligini aniqlash yordam beradi. Ushbu tahlilni barcha bizneslar amalga oshirishlari muhim hisoblanadi.

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

Agar moliyaviy ishlarida tajribangiz bo'lmas va moliyaviy boshqaruvi tizimini qanday ushbu qo'yilgan bilimangiz, unda ushbu sohada bo'yicha tajribali mutaxassisni topishingiz shart. Mutaxassis sizga moliyaviy boshqaruvi tizimini tuzib berishga yordam beradi.

### **Yordamchi hujjatlar.**

Va nihoyat biznes rejani eng oxirgi qismi, yordamchi hujjatlarlarga yetib keldik. Unda biznes rejani asosiy qismlarida hisyorlanadigan bayonotlarni asoslab beruvchi hujjatlarni taqdim etilishingiz kerak.

### **Masala:**

Menejerlar va ishchilar rezyanslari;

Kredit olgan bo'lsangiz, u haqida ma'lumot beruvchi hujjat;



- Hozirgi yoki kelajak xaridorlardan sizning mahsulot va xizmatlaringizga bo'lgan qiziqish to'g'risida ularning xat;

- Tavsifnomalar;

Agar ushbu xizmatni bajarish yoki mahsulotni sotish uchun shartnomaga bo'lsa, ushbu shartnomalar :

- Siz taklif etayotgan mahsulot va xizmat hududidagi demografik ma'lumotlar, masalan aholining yoshi, jinsi va lak;

- Biznesga tepisali bo'lgan yuridik hujjatlar;

- Patent va mualliflik huquqini tasdiqlovchi hujjatlar.

Yaqinida keltirilgan hujjatlar ra'yxati to'liq emas va ushbu ra'yxat qanday biznes tashkili etayotganingizga qarab o'zgarishi mumkin.

Aziz o'quvchi, biz sizga biznes reja nega muhimligi, biznes reja qanday qismlardan tashkil topishi va uning har bir qismida nimalarni o'z ichiga olish kerakligi haqida batafsil ma'lumotlar bilan bo'lishdik.

Siz ushbu ma'lumatlardan foydalangan holda o'z g'oyalaringizni aniq bir biznes rejaqa aylantirish imkoniyatiga ega. Bu esa sizga g'oyangizni amalga oshirish uchun yana bir qadam oldinga tashlash imkoniyatini beradi. Qanday g'oya bo'lishida qat'iy ekan uning amalga oshirish uchun mablag' to'lashda sizdan e'lon qilingan biznes rejangiz haqqi so'raladi.

Agar biznes rejangiz bo'lmasa, g'oyangiz qanchalik ajoyib bo'lsa, u faqat g'oya sifatida qolib ketishi ayun. Bizneslarni ra'yxatga o'zgartirish va ularni nazorat qilishni tashkilotlarning ma'lumatlariga ko'ra, deyarli 90% bizneslar birinchi 2 yil davomida muvaffaqiyatsizlikka uchraydi. Va bu muvaffaqiyatsizlikning e'lon qilingan sababi - aniq bir rejaning yo'qligi, biznes reja puxta ishlab chiqilmaganligi. Shu sababli siz ham ushbu xatoga yo'l qo'ymastik uchun aniq va puxta biznes rejaning ishlab chiqilishiga zarur.

#### 5.4. Tadbirkorlik faolligini rejalashtirishdagi ishlil

Biznes iqtisodiyoti sharoitida korxonalar va tashkilotlar faoliyat yuritishlarini mablag' bilan ta'minlash iqtisodiy manzamonlardan biri bo'lib, lekin avvalchilikni talab etadi. Sotilgan mablag'larni qaytarish, qoplash muddati qanchalik uzun bo'lsa, bu xavf darajasi ham shunchalik uchi bo'radi. Chunki, bu muddat ichida bozor

kon'yunkturasi faqat, narx-uzurlar haqi, ish haqi to'lovlari ham zindan oshib boradi.

Misol tariqasida, «Jahongir» kichik korxonasining mablag' bilan fa'ullanishi va uni o'zlashtirish tartibini ko'rib chiqamiz. Korxonaning boshida o'zlashtirish uchun 120 ming so'mlik xomashyo resurslari va tayyor mahsulotlar mavjud. Mazkur resurslardan foydalanish natijasida korxonada 55 ming so'm daromad olishni ko'zda tutmoqda. Shu sarfda korxonada rivojlanish fondidan ajratilgan pullar va bankdan olingan kreditlarni 4 yildan kechiktirmasdan qaytarishi rejalashtirilgan. Xohish, ushbu loyihaga talabni qandira oladim?

Buning uchun quyidagi hisob kitoblarni amalga oshiramiz.

Korxonada xarajalarini qoplash muddari quyidagi tizimda oqqali hisoblanadi.

Xarajalarni qoplash muddati	-	Boshlang'ich investitsiyalar	-	120000	-	3,4	(1)
		Har yilgi pul daromadlar		35000		Yil	

Yuqorida korxonalar moliyaviy holatini alohida tizimlari va yo'nalishlarni ta'kid qilish masalalari ko'rib chiqildi. Moliyaviy tizimning yakuniy bosqichi bo'lib, korxonalar faoliyatining moliyaviy yakunlari ta'kid hisoblanadi. Korxonalar faoliyatining moliyaviy yakunlari foyda va rentabellik ko'rsatkichlari hisoblanadi.

Foyda ijtimoiy ishlab chiqarish hamda bosqichlarining iqtisodiy sifatidir. Qayerda ijtimoiy ishlab chiqarish harpo etilgan ho'lsa, unda qatnashuvchilarning mehnati ikkiga bo'linadi. birinchi qismi ishlab chiqarish qatnashuvchilarini shaxsiy ehtiyojlarini ta'minlash, qoplash uchun foydalaniladi, ikkinchi qismi esa mulkdorlarni, davlat va ijtimoiy ehtiyojlarini qoplashga sarf bo'lgan.

Foyda iqtisodiy kategoriya va moliyaviy yakun sifatida o'zining eng yuqori ahamiyatiga binoan munasabatlari, hozir iqtisodiyot davrida ko'zlanadi. Foydani barmoq etish, uni realizatsiya qilish bu kengaytirilgan qaym ishlab chiqarishni, qiyamat qo'qqan va xo'jalik yuritish usuli sifatida foydalanilgan xo'jalik hisobining obyektiv talabidir.

Kengaytirilgan qayta ishlab chiqarish ishlab chiqarishning doimo kengayishini, uning texnikaviy darajasini muvazozan ko'tarib turishni talab etadi. Buning uchun ishlab chiqarishda har qanday vaqt foydaga o'tirilishi, realizatsiya qilinishi va qanday ishlab chiqarish ehtiyojlar uchun foydalanishi lozim.

Qiyinat qonuni alohida korxonalarda mahsulot ishlab chiqarish uchun qillagan xarajatlar ijtimoiy-zaruriy xarajetlar darajasida yoki undan zamm bo'lishini talab etadi. Bu talabni qonunga o'tkazish uchun korxonalar foydaga ega bo'ladilar va ularning rentabellik darajasi o'tmasha yoki undan yuqori bo'lishi kerak.

Ma'lumki, xo'jalik hisobining asosiy talabi - korxonalar faoliyati rentabel bo'lishi, ya'ni korxonalar o'z faoliyatini foyda olish bilan yakunlashlaridir. Foyda — ma'lum ko'rsatkich bo'lib, u korxonalar faoliyat samarasini ifodalaydi. Foyda korxonalar faoliyatining har xil yo'nalishlarini mavjaviy yakunidir. Shu ahvabli foyda uchi shaklda bo'lishi mumkin.

Respublikamizda mahsulot (ishlar va xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari ta'kid hamda mavjaviy natijalarni shakllantirish tarbi to'g'risidagi Nizomga qabul qilinishidan oldin korxonalar foydasi quyidagi shartlarda hisobga olinar e'ti: balans bo'yicha; sotilgan mahsulotlardan; boshqa saruv operatsiyalar; ushlab chiqarish; sul foydalar.

Yuqurida ko'rsatilgan Nizomga biron korxonalar va tashkilotlar foydasi quyidagi shartlarda hisobga olinadi:

- mahsulot sotishdan olingan yalpi foyda. Bu sotishdan olingan sul tashkilotdan sotilgan mahsulotning ishlab chiqarish narxini olish bilan aniqlanadi;

- asosiy faoliyatdan olingan foyda — asosiy faoliyatdan ko'rilgan foyda, bu mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda bilan davr xamjeleri o'rtasidagi talfovut va plus, asosiy faoliyatdan ko'rilgan boshqa daromadlar yoki minus boshqa zararlar sifatida aniqlanadi;

- xo'jalik faoliyatidan olingan foyda (yoki zarar), bu asosiy faoliyatdan olingan foyda summasi, plus mavjaviy faoliyatdan ko'rilgan daromadlar va minus zararlar sifatida aniqlanadi.

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

- yilning sol foydasi, u soliq to'lagandan keyin xo'jalik yuzhavahil subyekti ta'yerida qoladi.

Demak, xo'jalik faoliyatidan olingan foyda hisoblanayotganda moliy faoliyatidan ko'rilgan foyda hamda soliq to'laguncha olingan foyda hisoblanayotganda favqulodda vaziyatlardan ko'rilgan foyda aniqlanadi, o'tiburga olinadi.

Ko'rib turibdiki, qabul qilingan Nizomga ko'ra, foyda shakllari tarkibi ko'ngaytirildi va foyda shakllari bozor munosabatlariга moslashtirildi. Korxonalar faoliyatining moliyaviy yekunlari hisoblovchiga belanai va «Moliyaviy faoliyat to'g'risidagi hisobotni tashkil etish tahlil qilinadi va bu tahlil yuqorida ko'rilgan foydaning hura shakllari bo'yicha o'tkazilishi lozim. Shu sababli ana shu foyda shakllari ustida to'xtalimiz.

Sotilgan mahsulotlardan olingan yalpi foyda foydaning asosiy shakli bo'lib, u savishdan olingan rishundan sotilgan mahsulotlar savishni ayirish bilan aniqlanadi. Sotilgan mahsulotlardan olingan sol tushumi solqlash uchun sotilgan mahsulotlardan olingan yalpi tushumdan davlat budjetiga o'tkazilgan qo'shilgan qiymatga solinadigan soliq aksiz soliqdai va eksport-bojxona poshlinalarini olib tashlanadi.

Asosiy faoliyatdan olingan foyda sotilgan mahsulotlardan olingan foydadan davr xarajalarini olib tashlash va asosiy faoliyat bilan aloqasiz boshqa daromadlar, zararlarni o'tiburga olish yu'le bilan aniqlanadi.

Davr xarajalarini deganda bevosita ishlab chiqarish jaroyoti bilan bog'liq bo'lmagan xarajalar va saflar rishinlarini va o'z tarkibiga boshqarish xarajalarini, mahsulotni savish xarajalarini va umum xo'jalik - ahamiyatiga ega bo'lgan boshqa xarajalarini oladi.

Asosiy ishlab chiqarish faoliyatidan olinadigan boshqa daromadlar — qarzdarlardan olingan intina, pensiyalar, hisobot yilida aniqlangan o'tgan yillardagi foyda, sotilgan asosiy va aylama mablag'lardan olingan daromadlar, davlat subsidiyalari, xalisona moliyaviy yordam, oshxona, yordamchi xizmatlardan olingan daromadlar kiritiladi. Asosiy ishlab chiqarish faoliyati, mahsulot

sotishdan tashqari, korxonalar xarajalari tarkibida konatsiyaga qilingan ishlab chiqarish kuchlari bilan bog'liq bo'lgan xarajalar, tam bilan bog'liq bo'lgan operatsiyalardan zararlar, sud va arbitraj xarajalari, to'langan jarimalar va penyalar, voz kechilgan debitorlik qarziar bilan bog'liq ziyonlar, valutsa operatsiyalari bo'yicha salbiy farqlar, o'tgan yillarda o'tkazilgan operatsiyalar bo'yicha ziyonlar va hokazo bilar bog'liq bo'lishi mumkin.

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

Moliyaviy faoliyatdan olingan daromadlar — aksiyalarga olingan dividendlar, stavka va asosatsiya qilingan korxonalardan olingan dividend va xarajalar, xorijiy mamlakatlarning valutasini ho'yicha ijobiy kurs, qimmatli qog'ozlarga so'rf olingan sermayalarni qaytadan baholashdan olingan daromadlar, uzoq muddatga ijaraga berilgan mulkdan tushgan daromadlar va hokazo.

Moliyaviy faoliyat xarajalari — uzoq muddatga ijaraga olingan mulkdan to'lovlar, chek el valatasi bilan operatsiyalar ho'yicha salbiy kurs talofotlar va zararlar, qimmatli qog'ozlarga sarlangan ushlag'arni qayta baholashidan ko'rilgan zararlar va hokazo.

Soliq to'langungaicha olingan foyda ishlab chiqarish, noishlab chiqarish moliyaviy faoliyat yakunlaridan tashqari ko'zda tutilgan vaziyatlardan kelib chiqqan daromad va zararlarini e'tiborga olish yo'li bilan hisoblanadi. Ko'zda tutilgan vaziyatlar bilan bog'langan daromad va xarajalar korxonalarining odatdagi xo'jalik faoliyatiga xos xususligi, bir necha yil mobaynida takrorlanmasligi kerak. Hushqaruv xo'jalik tommidan qabul qilinsidan vaqtlarga bog'liq bo'lmassligi kerak.

Sol foyda korxonalarining u'zida qoladigan daromad bo'lib, u korxonalarining sharojtlari uchun foydalanadigan daromadlardir. Yuqorida ko'rilgan korxonalarining foyda shakillari moliyaviy holatni tahlil qilishda katta ahamiyatga ega, lekin muozonda yana bir foyda shakli ko'rilgan — bu soliqqa tariladigan foyda.

Soliqqa tariladigan foydani aniqlash uchun soliqqa tariladigan bo'lgan foydaga:

- tuzumda keltirilgan birinchi ilovaga asosan chegirilmaydigan xarajatlar yoki deimiy talofotlar qo'shiladi;

- Nisobda keltirilgan ikkinchi ilovaga binoan vaqtlar bo'yicha talofotlar qo'shiladi yoki ayirib tashlanadi;

- qabul qilingan soliqlar bo'yicha qonunlarga binoan korxonalarda soliqlar bo'yicha tasdiqlangan ixtiyozlar ayirib tashlanadi.

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

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

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

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

Foyda hajmini o'zgarishi ko'payishi mahsulotlarni ko'p sotish, tamarxni pasaytirish, tasdiqlangan assortimentni o'zgartirish va tara-nuvoni ko'rarish natijasi bo'lishi mumkin va aksincha.

Tamarxni pasaytirish, mahsulotlar hajmini ko'paytirish (jihat) omillar sifatida qabul qilinsa, narx-nuvoni ko'rarish va mahsulotlarning assortimentini o'zgartirish — salbiy omillar hisoblanadi. Chunki, narx-nuvoni ko'rarilishi bozorda yakka hukmronlikdan foydalanish natijasi bo'lishi mumkin. Assortimentning o'zgarishiga kelib, korxonalar hami ko'pajlik va aholi eluiyogini e'flayga olmasdan ko'p foyda beradigan mahsulotlarda ko'pnaq ishlab chiqqan bo'lishi mumkin.

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

Korxonalarda sotilgan mahsulotlardan olingan yalpi foydaning omilini o'zgarishi — bu **dinamik indeks**dir.

$$\frac{\text{Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy narxlarida}}{\text{O'lgan davrda sotilgan mahsulotlar o'lgan davr narxlarida}} = \frac{\text{Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy narxlarida}}{\text{Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy narxlarida}}$$

$$= \frac{\sum k_1 j_1 - \sum k_2 j_2}{\sum l_1 j_1 - \sum l_2 j_2}$$

Bu indeks xatma sifatida:

$K_1$  va  $K_2$  — joriy va o'lgan davrlarda sotilgan mahsulotlarning soni;

$J_1$  va  $J_2$  — joriy va o'lgan davrlarda sotilgan mahsulotlarga qo'yilgan narxlar;

$L_1$  va  $L_2$  — joriy va o'lgan davrlarda sotilgan mahsulotlarning ta'minoti.

Indeksnng surarida joriy davrda olingan foyda ko'rsatiladi, chunki sotilgan mahsulotlar joriy narxlarida ( $K_1 j_1$ ) tasdiqlangan bo'lib,

undan joriy davrda sotilgan mahsulotlarni joriy tanzarai ( $X_1 S_1$ ) olib tashlangan.

Indeksning maxrajida esa o'tgan davrda olingan foyda ko'rsatiladi, chunki unda o'tgan davrda sotilgan mahsulotlardan olingan foydada ( $\Sigma K_1 T S_0$ ) bu mahsulotning tanzarai olib tashlanadi ( $\Sigma K_1 S_0$ ).

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

**Sotilgan mahsulotlar hajmining o'zgarishi ta'sirini aniqlovchi indeks:**

Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tanzaraida	x	O'tgan davrdagi rentabellik koeffitsiyenti
O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr	-	O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tanzaraida

Bu indeks quyidagi shakl sifatida yoziladi:

$$\frac{\sum x_1 t_1}{\sum x_0 t_0} \cdot \frac{\sum x_0 t_1}{\sum x_0 t_0}$$

O'tgan davrdagi rentabellik koeffitsiyenti o'sha davrda mahsulot savidan olingan foydani shu mahsulotning tanzariga bo'lish yo'li bilan aniqlangan. Indeks suratida joriy davrda olingan foyda ko'rsatiladi, lekin bu hisob-kitobda mahsulotlarning narxi va tanzarai o'zgarmas deb olingan. faqat sotilgan mahsulotlar hajmi o'zgarishi e'tiborga olingan. Indeks tanzarida, yuqoridagi ko'rsatilgandek o'tgan davrda sotilgan mahsulotlardan olingan foyda aniqlangan. Demak, bu indeks faqat sotilgan mahsulotlarning hajmi ta'sirini ko'rsatadi. Iqtisodiy amaliyotda bu omilning ta'siri odatda, boshqa yo'l bilan aniqlanadi.



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

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

Fikrimizcha, bu hisob-kitobda sotilgan mahsulotlar hajmining o'zgarishidan tashqari, ularning tarkibiy-assortiment o'zgarishi ta'sirini ham o'z ichiga oladi. Demak, bu yo'l bilan aniqlanayotgan o'zgarish ta'sirini hisoblash anqsiz va noto'g'ri.

#### Sotilgan mahsulotlar tanzimining ta'siri indeksi

Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy tanzimida	-	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy tanzimda
Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy tanzimda	-	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tanzimida

Bu quyidagi shakl sifatida yoziladi:

$$= \frac{\sum_{i=1}^n i_1 - \sum_{i=1}^n i_2}{\sum_{i=1}^n i_1 - \sum_{i=1}^n i_2}$$

Ko'rinib turibdiki, indeks suratida joriy davrda olingan foyda ko'rsatilgan, maxrajda ham joriy davrda mahsulot sotishidan olingan foyda, lekin bu hisob-kitobda joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'zgarmas, o'tgan davr tanzimida ( $S_0$ ) olingan. Demak, bu indeks korxonada foydasiga mahsulotlar tanzimining o'zgarish ta'sirini aniqlaydi.

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

Joriy davrda sotilgan mahsulotlar joriy narxlarida	x	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannarxida
O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr narxlarida	-	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannarxida

Bu indeks sxema sifatida:

$$= \frac{\sum K_1 S_1 - \sum K_0 S_0}{\sum K_1 C_1 - \sum K_0 C_0}$$

Ko'rinib turibdiki, ham suratda, ham maxrajda joriy davrda sotilgan mahsulotlardan olingan foyda aniqlanaydi. Lekin bajarilgan hisob-kitoblarda sotilgan mahsulotlarning tannarxi ( $S_0$ ) o'zgarish sifatida, ya'ni o'tgan davr darajasida olingan. Sotilgan mahsulotga qo'yilgan narx-navolar o'zgaruvchidir. Demak, bu indeks korxonada foydalig' narxlar ta'sirini aniqlaydi.

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

Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr narxlarida		Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannarxida
Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannarxida	x	O'tgan davrlagi rentabellik ko'rsatkichi

Bu indeks quyidagi shakl sifatida yoziladi:

$$y = \frac{\sum K_1 S_1}{(\sum K_1 C_1) \cdot K_0}$$

Bu gal ham indeksning suratinia va maxrajida joriy davrda sotilgan mahsulotlardan olingan foyda ifodalangan. Lekin ko'rinib tashiyiki, suratda aniqlangan foyda joriy davrda sotilgan mahsulotlarni hajmiga, o'tgan davr narx-navo va tannarxlariga asoslangan. Maxrajda esa sotilgan mahsulotlar olingan foyda o'tgan davr rentabellik koeffitsiyentiga asoslangan bo'lib, u o'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davrdagi tarkibini, assortimentini hisobga olgan.

Shunday qilib, indeksning surati sotilgan mahsulotlardan olingan foyda mahsulotlarining joriy tarkibiga, ma'nosida aniqlangan foyda sotilgan mahsulotlardan olingan foyda mahsulotlarining o'tgan davrdagi tarkibiga asoslangan, demak bu indeks mahsulotlarni tarkibiy o'zgarishini ko'rsatib, foydasiga ta'sirini aniqlash beradi.

Yuqorida keltirilgan omil indekslar bi-biri bilan bog'liq va ularning ko'paytmasi asosiy indeksga barobar. Ya'ni:

$$\frac{\sum \frac{y_1}{y_0} \cdot \frac{c_1}{c_0}}{\sum \frac{y_1}{y_0} \cdot \frac{c_1}{c_0}} = \frac{\sum \frac{y_1}{y_0} \cdot \frac{c_1}{c_0}}{\sum \frac{y_1}{y_0} \cdot \frac{c_1}{c_0}} = \frac{\sum \frac{y_1}{y_0} \cdot \frac{c_1}{c_0}}{\sum \frac{y_1}{y_0} \cdot \frac{c_1}{c_0}} = \frac{\sum \frac{y_1}{y_0} \cdot \frac{c_1}{c_0}}{\sum \frac{y_1}{y_0} \cdot \frac{c_1}{c_0}}$$

Yuqorida ko'rilgan omilni ta'limni o'tkazish uchun malyaviy hisob, ma'lumatlaridan tashqari birlamchi buxgalteriya ma'lumotlaridan foydalanishga to'g'ri keladi, lekin bu qo'shimcha muhit malyaviy tahlil asosida baholash, rejalashtirishda, albatta, o'zini oqlaydi. Chunki korxonalar baholashning malyaviy yakunlarini baholashda yuqorida keltirilgan omillar ta'sirini muqodoran aniqlash katta ahamiyatga ega.

### Asosiy atamalar va tushunchalar

Biznes, Baxshoral, Rejalashtirish, Biznes-reja, Rentabellik, Samaradarliik, Koeffitsiyent, Indeks, Normativ, Korrelyatsiya.

### Mavzu bo'yicha savollar:

1. Korrelyatsiya tahlilining asosiy vazifasiga qanday kiradi?
2. Biznes atamasi mazmunini yoritib bering.
3. Biznes reja tarkibiy qismi bo'yicha ma'lumot bering.

4. Rejalashtirish bosqichlari to'g'risida tushunchangizni ifodalang.
5. Rentabellik nimani ifodalashga xizmat qiladi?
6. Samaradorlik ko'rsatkichi nimani aniqlashga qaratilgan?
7. Koeffitsiyent orqali nima ifodalanishi mumkin?
8. Indeks asosan nimani bildiradi?
9. Normativ nima uchun kerak?
10. Korrelyatsiya degani nimani anglatadi?

## 6-BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIGA XIZMAT KO'RSATUVCHI BOZOR INFRAUZULMATLARI

- 6.1. Tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infrazuzulmasi turlari.
- 6.2. Tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli.
- 6.3. Tadbirkorlikni kredit bilan ta'minlash shakllari.
- 6.4. Tadbirkorlik subyektlarida audit va auditorlik tizimini o'tkazish.
- 6.5. «Axborot», xoshqaruv axborotda tashviriqchasi, tashkilotning axborot salohiyati.
- 6.6. Tashkilotning axborot tizimi, axborot bilan ishlash texnik vositalari.
- 6.7. Kommunikatsiya turlari va uzatilayotgan axborot oldidagi to'rticlar.
- 6.8. Kommunikatsiyaning mohiyati va elementlari, kommunikatsiy boshqichlari.

### 6.1. Tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infrazuzulmasi turlari

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

*Infrazuzulma* so'zi lotin tilidan (*infrastructure*) tarjima qilingsuda o'tirilmasdan tashqaridax ma'nosini saqlatadi. Iqtisodiy noqtiy nazardan infrazuzulma mohiyatiga quyidagi izoh ko'proq mos keladi: oltin hayoti va ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonida faoliyatlar almashimvi ta'minlovchi tovarlar va xizmatlar yaratishda o'ziga xos uchnat jaryonlari majmuasi.

Keyingi yillarda infrazuzulma yuksak sur'atda bilan rivojlanib bormoqda. Demki bir qator omil bilan izchilash mumkin. Xususan, ishlab chiqarishning o'sish sur'atlari infrazuzulmalari rivojidan oldinda bormoqda va bu iqtisodiyotning rivojlanishiga ham o'z ta'sirini

atkazmoqda, infrazuzilma juda keng qamrovli tushuncha bo'lib, bu eng avvalo ishlab chiqarish jarayoniga bir taraflama xizmat ko'rsatadigan xizmat turlarini yaratish bilan bog'liq. Infrazuzilma bo'linmalari rivojlanib boraligidan kichik tadbirkorlik subyektlari katta manfaat ko'radi, negaki bunday bo'linmalar ularni ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq bo'lgan ishlardan ozod qilib, kichik-ijroatini asosiy faoliyatiga qaratishga imkon yaratadi.

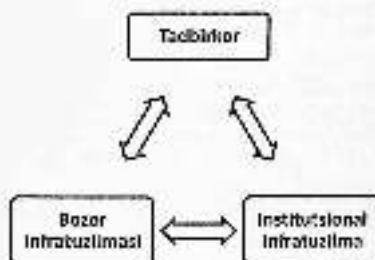
Infrazuzilma tomonidan yaratiladigan sharoitlarni o'z navbatida quyidagicha tuzkurlash mumkin:

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

- texnologik, boshqaruviy masalalarni bo'yicha maslahat xizmati va boshqalar.

Ishlab chiqarish taktik ishlab chiqarish shart-sharoitlari – ishchi va xizmatkorlarning sog'lig'ini, ta'lim olishi va kasbiy tayyorgarligini, dam olishlarini qo'llab-quvvatlash. Shu paytgacha qadar infrazuzilmani ishlab chiqarish va ijtimoiy infrazuzilmalarni yig'uvchisidan iborat deb qarab kelingan.

Bozor iqtisodiyotiga asoslangan iqtisodiy tizim kimb kelishi bilan ishlab chiqarish infrazuzilmasi ko'lamini kengaytib, odatda infrazuzilmasi va struktural infrazuzilmasi so'zlari iste'molga kirib bormoqda (6.1-chizma).



6.1-chizma. Biznes va infrazuzilma bog'ligi

Bozor inflyatsiyasi bo'yicha ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlarni o'z ichiga oladi. Uning tarkibiga yo'qon, elektr, gaz va suv ta'minoti, ombor xo'jaligi, aloqa, tibbiyot, madaniyatga ta'minot, mahsulotni tashish, saqlash va qayta ishlab chiqarish xizmat ko'rsatish, marketing va reklama, ma'muriy-maslahat, oshiborlik, moliya-kredit va investitsion kabi xizmat turlari kiradi.

Ushbu inflyatsiyaga ishlab chiqarish jarayonida ishchi va xizmatkoralarga normal mehnat faoliyati yaratish va ishchi kuchini tracer hissi qilish, shuningdek, tadbirkorlarning turli maishiy xizmat turlarga bo'lgan talabini qondirish uchun xizmat qildir.

## 6.2. Tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli

Bozor iqtisodiyoti o'z ichiga tufayli mamlakatda yangi moliyaviy uyushma ishlab chiqildi va hukumat muvofiqat ro'li hayotda amalga oshirilmagan. Jamoatdagi har bir iqtisodiy faoliyatning boshlanishi davlatning yordamida turli bergan moliyaviy yordam tufayli rivojlanib, muntazamlashtirilgan bo'lib, landa'm, kichik va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashda banklarning ro'lini oshirib borishga aletish o'tib boriladi.

Tadbirkorlik korxonalarining xususiy faoliyati banklar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ular olib borayotgan faoliyat - savushyon olib olish, ishlab chiqarilgan tovarlar ko'rsatiladigan xizmatlarga haq to'lash, ishlovchi xizmat haqi bilan ta'minlash, turli turlardagi korxonalar, firmalar va boshqalar yuridik shaxslar bilan bo'lgan iqtisodiy munosabalar, ya'ni olingan to'ydadan, daromadidan soliq to'lash, masofat, kommunal xizmatlar uchun to'lovlar va barcha turlar banklar orqali, o'z navbatida, olinadigan kreditlar va boshqa masob-kiteblar ham banklar orqali amalga oshiriladi.

Shuni aletib ta'kidlash kerakki, mamlakatimiz mustaqillikka erishgunga qadar bank va banklar bilan bo'lgan turli iqtisodiy munosabatlar unchalik oshib borishgan edi. Jahan xo'jaligining madum xo'jalik yuritish usuli bo'lgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarida barcha faoliyati banklar bilan bog'langanligi bugungi kunda hamamga ma'lumdir.

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

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

O'zbekiston Respublikasining ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayoni ko'pgina muhim iqtisodiy islohotlarning muhim qismi sifatida bank tizimida ham chuqur o'zgarishlarni amalga oshirilishini va iqtisodiyotni pul-kredit vositalari orqali tartibga solishning bir hamma muvazunligini yaratilishini taqozo etmoqda. Iqtisodiy rivojlanishning o'sishi bank kreditining qo'llanilishini ko'labirtoq kengaytirib borsadi.

Kredit faolligina har kunlik faoliyat bilan bog'liq ishlab chiqarish va muomala jarayonining qisqa muddatli ehtiyojlarini azhur emas, balki uzoq muddatga kapitalga bo'lgan ehtiyojni qoplashga yo'naltiriladi. Bank kreditining muhim taqat vaqtincha barcha mablag'lar va kapital bo'lib qolmasdan, kredit asosida chek-depozit amaliyoti ham amalga oshiriladi. Bank amoniyat bo'ladigan kredit miqdori mavjud jamg'armasdan ko'p bo'lsa, bank chek-depozit emissiyasini amalga oshirishi mumkin. Bank tizimining muomalaga kredit pulini ulgurishli depozitlar yaratishi yo'li bilan to'laqonlik pullar o'rnini bosibchi kredit vositalarini vujudga keltiradi.

Respublika bank tizimini avtomatlashtirish va kompyuterlashtirishga qaratilgan chora-tadbirlar natijasida nafaqa bankning ichki ehtiyojlarini oshirishni joriy qilinadigan axborot tizimi va lokal dasturlar majmasi, balki iqtisodiyotning moliyaviy faoliyatini ta'minlovchi yaxlit milliy to'lov tizimi yaratildi.

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



O'z navbatida, plastik kartochkalar va terminallar yordamida anisiga ushirilgan o'tkazimlar hajmini yildan-yilga yuqori sur'atlar bilan oshirib borish kuzda tutilgan. Shunga ko'ra amaldagi harcha tegishli ma'yoriy hujjatlar, shu jumladan, Markaziy bankning naqd pul ma'molasiiga taalluqli bo'lgan yo'riqnomalariga tegishli o'zgartirish va qo'shimchalar kiritildi.

Naqd pul ma'molasiida mavjud bo'lgan qachon shakllar hokim qilinishi esa naqd pul va naqd pulsiz hisob-kitoblarni birlashtirish bo'ladida qo'yilgan mahim qadami bo'ldi.

Amalg oshirilgan chora-tadbirlar natijasida naqd pul ma'molasi yanada mustahkamlanib, naqd pul mahlag'larining bankdan tashqari o'tkazimlari o'zgartirilishga xamim yaratdi.

Shuningda, xalqalik yuriluvchi subyektlarning banklariga depozit hisobvaraqalaridan naqd pullarning uzaksiz berish horilishi bo'liq ta'minlanish horidi.

### 6.3. Tadbirdorlikni kredit bilan ta'minlash shakllari

Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash deganda, bu olarga pul yoki tovar shaklidagi vositalarni ma'lum muddatga haq to'lash sharti bilan qarzni olish va qaytarib berish yuzasidan kelib chiqadigan munasabatlar mahumadi.

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

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

Xalqari kreditlar berilish muddatiga ko'ra birinmicha farq q'ildi. Dunya bir yildan besh yilgacha muddatga berilgan kreditlar o'rta muddatli, besh yil va undan ortiq muddatga berilgan kreditlar uzoq muddatli kreditlar deb hisoblanadi. Kredit obyektii – bu har qanday pul erzas, halki faqat vaqtinch bo'liq turgan, berilishi mumkin bo'lgan pullar va tovarlar.

*Kredit to'rt xil vazifani bajaradi:*

*Birinchidan*, pulga tenglashtirilgan to'lov vositalari (masalan, vaksel, chek, sertifikat va hokazolarini yuzaga chiqarib, ularni xo'jalik obro'iga jalb qiladi.

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

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

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

**Kreditning quyidagi asosiy shakllari mavjud:**

1. Tijorat krediti.
2. Bank krediti.
3. Ishtirokchi krediti.
4. Davlat krediti.
5. Xalqaro kredit.

#### **6.4. Tadbirkorlik subyektlarida audit va auditorlik taffisliini o'tkazish**

Tadbirkorlarning iqtisodiy faoliyat yuritishlarida moliyaviy va buxgalteriya hisob kitoblari to'g'ri usulga oshirishlarida auditorlik firmalari ham muhim rol o'ynaydi. Auditorlik firmalari hozir inflyatsionlashning eng muhim elementlaridur. Bu no'lib, mulkdorlar va davlatning mulkiy manfaatlarini himoya qilish maqsadida muvofiq moliyaviy masoratlarni amalga oshiradi.

O'zbekistonda audit O'zbekiston Respublikasi va Auditorlik Boshqaruvi ta'qribatidagi qonuni asosida amalga oshiriladi. Audit - xo'jalik yurituvchi subyektlarni muvofiq ekspertiza va moliyaviy hisobotni muvofiq davlat Buxgalteriya va Xisob xizmatida vakil qilingan shaxslar - auditorlar (auditorlik firmalari) bajaradi.

Auditning asosiy maqsadi - moliyaviy va xo'jalik operatsiyalarining to'g'riligini va ularning O'zbekiston Respublikasi qonunchiligiga va boshqa moliyaviy hujjatlariga muvofiqlik masalalarini muvofiqlik, bularning to'liq o'zlashtirishi, aniq ravshanligi, buxgalteriya hisobi yoki boshqa moliyaviy hisob yuritishga qo'llanilayotgan talablarga muvofiqlik

maʼnodligini aniqlashdan iboratdir. Audit tartibiga yangi kiritilgan, yaʼni mijoz bilan shartnomasiz tuzib, xizmatlar koʻrsatish ham kiradi.

Auditorlik faoliyati xoʻjalik yurituvchi subyektlarning faoliyati ustidan maxsus vakalar oʻziga davlat idoralarining nazorati oʻrni hisoblanadi. Auditorlik tashkiloti shaxsiy auditor va auditorlik firmasidir. Auditor belgilangan tartibda auditorlik faoliyati bilan shugʻullanish huquqini olgan holda auditorlik kashi roʻyxatiga kiritilgan mutavassitadir. Auditorlik firmasi – yuridik va jismoniy shaxs tomonidan tuzilib, belgilangan tartibda roʻyxatdan oʻtgan, oʻziga koʻra auditorlik xizmati koʻrsatish bilan shugʻullanadigan tashkilot. Auditorlik firmalari kichik korxonalar, masʼuliyati cheklangan jamiyalar va boshqa korxonalarining tashkiliy huquqiy shaklida oʻzlashi mumkin, oʻziga oʻziga aksiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno.

Quyidagilarga auditorlik tekshiruvini oʻtkazish taqiqlanadi:

- tekshirilayotgan xoʻjalik yurituvchi subyektning rahbarlari va boshqa mansabdor shaxslari bilan yaqin qarindosh boʻlgan shaxsga;

- tekshirilayotgan xoʻjalik yurituvchi subyektda shaxsiy-mulkiy manfaatlar boʻlgan shaxsga;

- xoʻjalik yurituvchi subyektning rahbariga, mansablariga yoki mulklariga;

- tekshirilayotgan xoʻjalik yurituvchi subyekt yoki uning filiallari hududiga;

- davlat hokimiyat va boshqaruvi idoralari oʻziga mansabdor shaxslariga;

- kreditlar, investidor va boshqa manfaatlar shaxslariga.

Auditorlik va auditorlik firmalari davlat roʻyxatidan oʻtish, litsenziya olganidan keyin faoliyat boshlaydi. Auditorlik va auditorlik firmalari oqunda belgilab qoʻyilgan tartibda Oʻzbekiston Respublikasining Adliya Vazirligida davlat roʻyxatidan oʻtadi. Auditorlik faoliyati bilan shugʻullanish huquqi oʻziga litsenziya davlat roʻyxatidan oʻtganidan keyin beriladi. Hozir berish tarixi Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasini belgilaydi.

#### 6.5. oAxborot, ohashqaruv axborotio tushunchasi, tashkilotning axborot sathiyati

Biznes faoliyatini yuqori va aniq axborotlarsiz amalga oshirish mumkin emas. Bu axborotlar biznes uchun zarur boʻlgan maʼlumotlar,

xabarlar majmuasidan iborat bo'ladi. Axborot ishlab chiqaruvchilar, tovarni sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi aloqa shaklidir. Ishchilar uchun asosan turli xil axborotlar statistik, moliyaviy, operativ, ishlikiy axborotlar, birmavjash tuzidagi axborot, buxgalterlik, marketing axboroti, ta'minot bo'yicha, xodimlar bo'yicha, ma'lumotga oid axborot va boshqa axborotlar bilan ishlaydilar.

1. Axborot hu - turli omillarda (og'zaki, yozma, texnik vositalar yordamida) uzatish yo'li bilan tezkor ishlab chiqarish mumkin bo'lgan, ma'lum ba'zida ifodalangan (belgilar, simvollar, jumladan, moddiy vositaga yozilgan) obyektlar, hodisalar, jarayonlar, atrof-muhitdagi voqealar haqida har qanday xabarlardir.

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

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

Axborot resursini foydalanish jaraiyasidagi ishlab chiqarish va boshqaruvda olinadigan ma'lumotlar sifatida ta'riflash mumkin. Boshqaruv tizimida axborot salohiyatidan tezkor foydalanish ishlab chiqarish hajmi va samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Axborotlar ommasida yangi bilimni ishlab tuzish bo'lgan bilan qanday qiziqgan bilan harobur. Bu masalaning muvakkabligini tashkilotdagi (bitta jamiyatdagi kabi) ijtimoiy va iqtisodiy jarayonlar tezkor va vaqolatli boshqaruv qarorlari qabul qilishni tobora ko'proq talab qilinishini yanayam oshiradi. Bunday qaror qabul qilish uchun ulkan hajmdagi axborotlarni qayta ishlash zarur.

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

- aks ettiriladigan ma'lumotlar turi bo'yicha - iqtisodiy, ijtimoiy, texnik-tecnologik, siyosiy;
- aks ettiriladigan obyekt miqyosi bo'yicha - umumdavlat, mintaqaviy, mahalliy;
- salf xarakter tarroqlari bo'yicha;
- strukturalarish bo'yicha - sistemalashtirilgan (ko'rsatkichlar, aniq va natijalanganlik bo'yicha va h.k.) va sistemalashtirilmagan;

➤ maʼmuriy tizimga (tashkilotga) va boshqaruv tizimiga maʼmuriy ahamiyat berish – tashqi, ichki, tashkiliy-idora qilish, hisobot va h.k.

➤ axborot vositasining xarakteri boʻyicha – hujjat shaklidagi va vabali.

Axborot toʻplash, harakatlantirish, foydalanishda saqlash, oʻqish, oʻlchash, kommunikativlik, shakllar moʻljiligi kabi maʼlum bir xususiyatlarga ega boʻladi. Axborotning bu xususiyatlar boshqaruvning axborot taʼminoti tavsifnomasini tashkil etishda muhim rol oʻynaydi. Bunday tavsifnomalar qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin: axborotning aʼlloqligi va qimmatligi, ishonchligi, taqdim etish shakli, hajmi, oʻz vaqtidaʼligi, strukturasi. Bu sifatlar buzgʻulikka tashkilot boshqaruvining axborot salohiyatini aks ettiradi.

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

1. Boshqaruv faoliyatining barcha turdagi ushbu tizim bilan taʼminlashga taʼminlash.

Zamonaviy tashkilot boshqarish uchun yuqori sifattali axborot texnologiyalarini qoʻllash zarurati. Axborot texnologiyalari (tizimlari) bu axborot yaratish, toʻplash, uzatish, saqlash va qayta ishlash uchun hisoblash texnikasi va aloqa tizimlaridan foydalanishdir.

Amaliy tajribalar boshqarish-tashkilot hisob-kitob modelari va maʼmuriy statistika tahliliy usullaridan foydalanish bilan birgalikda axborotni qayta ishlashning texnik vositalaridan foydalanish yoʻli bilan ishlov chiqarish jarayoni, axborot va tashkilotning umumiylik tizimlari amalga oshiradi. Ishlab chiqarish uchun hozirgi paytda elektron pochta, yangi telefon apparaturasi, telekommunikatsiya vositalari va axborot koʻpyuzar tarmoqlari keng qoʻllanilmoqda.

2. Axborotni toʻplash, qayta ishlash, uzatish, oʻlchash va saqlash idora texnikalari yordamida amalga oshiriladi. Keng qamrovda idora texnikalari qatoriga oddiy qalamdan tortib klassiy kompyuter va hisoblash tizimlarigacha shalgʻun quritish va moslashtirilgan kiritish mumkin.

«Ogʻuz» informatsiya-tizimiga yozilgan, amaliy idora texnikalarining dolzarabligi yaqinligicha qolayotgani sababli hujjat

shaklidagi axborotlar bilan ishlashning texnik vositalariga misol keltirib o'tariz.

*Hujjat shaklidagi axborotlar tuzatish va zayyorlash* shaxsiy kompyuter va printlar yordamida amalga oshiriladi. Diktotor va diktofon-kompyuter texnologiyalari ham munosib qo'llanmoqda.

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

*Hujjatlarni qayta ishlash vositalari* ko'plab qurilmalarni qamrab oladi. Bu adreslovchi va markalovchi mashinalar, varaq terish va falselatish qurilmalari, qog'oz kesish, boshqaralash va muqovulash uskunlari, laminator va belanzolardir.

*Hujjatlarni ko'paytirish va nusxa olish* uskunadlari uchun maxsus texnik vositalar: asozokalar, fotokopir, ko'chirish vositalari, elektronografik nusxa ko'chirishi, raqamli nusxa ko'chirish texnologiyalari foydalaniladi. Sifatli poligrafiya mahsulotini tezda olishni ofset bosmasi, ritografiya va boshqa vositalar ta'minlaydi.

*Hujjatlarni saqlash vositalari* qatoriga konvertlar, stollaj, shkal-fregistralar, tortma va bloklar, sayllar va boshqalar kiradi.

Axborot (boshqaruq apparatining) ishini rakkomillatlash, mahsulot sifatini oshirish berycha takliflari *to'plash* anketa so'rovlari, pasiva qurilma, telefon aloqasi, og'zaki so'rovlar, saqlash va boshqalar yordamida amalga oshiriladi.

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

## 6.7. Kommunikatsiyaning mohiyati va elementlari. Kommunikatsiya hosil qilish

1. *Kommunikatsiya* odatda ikki va undan ortiq kishilar o'rtasida xabarot almashinish tushuniladi. Shu sababli kommunikatsiyalar bog'lovchi jaryealar deb ataladi. Kommunikatsiyalar umumiy og'zaki ichidun boshqaruq jaryealar uchun foydali axborotni tezlik bilan tarqatib oladigan boshqaruvchi amaliy menejer masalalari.

*Kommunikatsiyalarning to'rtta asosiy elementi* ajratib ko'rsatiladi:

- 1). Axborot jo'natilishi;

- 2) Xabar – xabardor mazmuni;
- 3) Xabardor uzatish kanali;
- 4) Xabardor oluvchi – adressat.

Axborotni jo'natuvchidan oluvchiga uzatish jarayonida xabar buzilish ta'minlashi yoki yo'qotilishi mumkin.

2. Kommunikatsiya jarayonida *axborot almashinish* bir nechtasi bosqichlarda amalga oshiriladi.

- xabar g'oyasini shakllantirish;
- xabarni kodlash va kanal ta'lash;
- xabarni uzatish;
- xabarni qayta kodlash.

Qayta kodlash jarayonida jo'natuvchining simvollarini xabardor oluvchi uchun tushunarli holga keltiriladi. Xabar olganligini bildirish uchun xabardor oluvchi qaytuvchidan aloqa tartibida jo'natuvchiga mas ketuvchi xabar yuboradi. Qaytuvchun aloqa boshlang'ich xabar qanchalik to'g'ri qabul qilindi va to'xtatildi (qayta) bilishga imkon beradi.

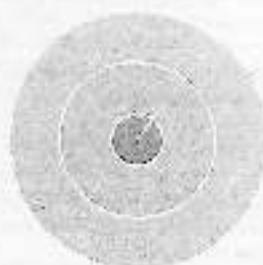
3. Kommunikatsiya ikkita katta guruhga ajratiladi (6.2-chizma).

- ichki va tashqi muh. ul'tirasidagi axborot;
- tashqi muh. ichki axborotlar.

Tashqi muh. ichki  
axborotlar

Tashqi muh.

Tashqi muh.  
axborotlar



6.2-chizma. Kommunikatsiya turlarining

Birinchi guruh tarkibiga ommaviy axborot vositalari, iste'molchi, davlat tarbiha solish va sifarni nazorat qilish organlari, soliq xizmati, a'minotchilar, siyosiy partiyalar va hokazolar kiradi. Kishilar o'rtasida muloqot va muhokama shaklida tashkildagi qator ichki kommunikatsiyalar tashqi kommunikatsiyalar natijasii hisoblanadi.

Ikkinchi guruhga bo'linmalar o'rtasida vertikal bo'yicha va potentsial bo'yicha kommunikatsiyalar; ishlab chiqarish va boshqaruv darjasi bo'yicha bo'linmalardagi ichki kommunikatsiyalar; shaxslarga formal va noformal muloqotlar kiradi.

Rahbar qo'ltasidagi xodim va rahbar qo'l-ustidagi xodimlar kommunikatsiyalarini alohida ajratib ko'rib olish zarur.

Qo'l ostidagi xodimlar o'rtasida o'z qarorini amalga oshirar ekan, rahbar bunda ularning ro'y beradigan reaksiyalarini boshqara olishi lazim. Ular yoki ularning qarorini qo'llab-quvvatlash, yoki qararni qayshiliklarda namoyon bo'lishi mumkin. Hisoblanadiki, rahbarning qarorini to'liq qo'llab-quvvatlash bu tashkilot yoki bo'linmada shaxslarning o'z qo'llarini yaxshi echanligidan iborat bo'ladi.

#### 6.8. Kommunikatsiya turlari va uzatilibotgan axborot oldidagi to'siqlar

I. Menajment funksiyasi sifatida tashkilot boshqaruv faoliyatining tabiiyiy qismi bo'lib, uning mohiyati qo'l ostidagi xodimlar va bo'linmalar harakatlari muvofiqlashtirish, boshqaruvchi va boshqarilayotgan tizim o'rtasida o'zaro muvofiqlikni o'rnatishdan iborat. Tashkilot funksiyasi bajarish jarayonida axborotning ishlab chiqarish va boshqaruv darajalari bo'yicha harakatlari buzib ketilishiga (to'siq) duch kelib, ular qasddan qilinmagan yoki atayin qilingan bo'lishi mumkin.

*Qasddan qilinmagan buzib ko'ranishlar* boshqaruv strukturasining yaxshi o'ylab chiqilmaganligi, axborot bilan ortiqcha yuklanganlik, shaxslararo muloqotlardagi qiyinchiliklar, xatolar va hokazolar bilan izohlanadi.

*Atayin qilingan buzib ko'ranishlar* odamda axborotni filtrlash laqat yaxshi yangilik va ma'lumotlarni xabar qilish, jazodan qo'rqish bilan bog'liq.



Kommunikatsiyalar jarayoniga shuningdek, ayrim bo'linmalar o'rtasidagi yomon munosabatlar, og'ir hodisalar va rahbarlar o'rtasida majburi vaziyatlar ham salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

3. Shaxslararo kommunikatsiyalar rahbarining ko'p vaqtini oladi. Goy sabbat qurish yo'li bilan to'g'ridan-to'g'ri shaxslararo aloqat almashinish haqida ketmoqda.

Shaxslararo kommunikatsiyalar samaradorligi yo'lida xabaroni qabul qilishda huzul ko'rsatishlar, sozmaslik to'ntiralar, sifatsiz qaytavehva alqqa kabi ta'sirlar vujudga keladi.

O'qimlar bilimi, tajribasi, e'tiqodi, ruhiy holati har xil bo'lgan tufayli bir xil xabarotni turlicha tushiradilar. Bu xabarot tanlab olinib qabul qilishning sathi hisoblanadi. Kommunikatsiyalar jarayoniga o'ziga o'ziga darajasi, yo'l ustidagi xodimiga ishroch darajasi, xolis etmaslik, adolatizlik ta'sir ko'rsatadi.

Shaxslararo kommunikatsiyalarda ta'sir qabulda ko'pincha semantika namoyishlar – to'xtam (belgilarni) bir mazmunda tushunmaslik, shuningdek, nuqtaviy xabarot (tasvirlar, mimika, imo-ishrochlar, pozalar) namoyan bo'ladi.

Kommunikatsiyalarning samarasiz bo'lishiga yo'l qo'ymaslik uchun xabarot almashinishga kirishuvchi shaxslar quyidagi tavsiyalarga riya qilishlar lozim:

- > uzatish uchun mo'ljallangan xabarot mazmunini o'ylab chiqish;
- > tanlab olingan so'z, ifodalarni qabul qilishda intonatsiya, pozalar va imo-ishrochlarining aniqligini o'zaro qarorlash;
- > muhokama xabarot o'zaro qarorlashga yoki qabul uchun ko'rsatishga e'tiborli bo'lish;
- > qaytavehva alqqa o'rtasidagi harakat qilish.

#### Axborot manbalar va tashkilotlar

Kommunikatsiya, Semantika, Kredit, Infomatika, Emissiya, Axborot texnologiyalari, Akali, Litsenziya, Institutlarning infomatika, Bank infomatika, Bank muvazirasi.

#### Mavzu ha'yicha savollar:

1. Bankning passiv va aktiv operatsiyalarining mohiyatini ayta bering?

2. Banklar bilan tadbirkorlar o'rtasidagi valuta operatsiyalari qanday bajariladi?

3. Tadbirkorlarni rivojlantirishda axborotlar tizimidan qanday foydalaniladi?

4. Tadbirkorlik subyektlarini soliqqa tortish, ulardan olinadigan soliq tuzlari va soliq imtiyozlarini *klasser usulida* chizib bering.

5. Tadbirkorlik subyektlarida audit va auditorlik tashabhi kim tomonidan o'tkaziladi?

6. Tadbirkorlik faoliyatida axborot tuzlari va ularni avvalliklarini *T-Toifali jadvall usulida* yozib bering.

7. Shevchikaro kommunikatsiyalarda ta'sir deganda nimalar tushuniladi?

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

9. Qay usulda va qanday vaziyatlar asosida axborotning buzib ta'sirlanishiga duch kelishimiz mumkin?

10. Kommunikatsiyalar nechta asosiy elementlardan tashkil topgan va ular nimalardan iborat?

11. Axborotni to'plash, qayta ishlash, uzatish, olish va saqlash vositalariga nimalar kiradi?

12. Axborot tizimlari vazifasi bo'yicha ma'lumot bering.

13. Boshqaruvda foydalaniladigan axborotlar xilma-xil bo'lganligi tufayli, ular nimalar orqali tasniflanishi mumkin?

14. Axborot texnologiyalari (tizimlari) bu ... - jumlani davom ettiring.

15. *infomatsion* so'zi ma'nosi va iqtisodiy nuqtayi nazardan infomatsion mahiyati qanday izohlanadi?

16. Kredit bilan ta'minlash deganda nima nazarda tutiladi?

17. Auditorning asosiy maqsadini so'zlab bering.

18. Qanday vaziyatda auditorga auditorlik tekshiruvini o'tkazish mo'ljlanadi?

19. Kreditning qanday asosiy shakllari mavjud?

20. Kredit vazifasi nimada?

## 7-BOB. XALQARO TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARI VA MAHSULOT TANLARNI TAILILI

- 7.1. Xarajalar to'g'risida umumiy tushunchalar.
- 7.2. Ishlab chiqarish xarajalari tashibi.
- 7.3. Diniy va o'zgaruvchan xarajat turlari.
- 7.4. Xarajalarning o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillar.
- 7.5. Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishning asosiy yo'llari.
- 7.6. Mahsulot tanlariga kiritiladigan va kiritmaydigan asosiyalar.
- 7.7. Mahsulot tanlarini hisoblash usuli va uni pasaytirish yo'llari.

### 7.1. Xarajalar to'g'risida umumiy tushunchalar

Milliy iqtisodiyotdagi ishlab chiqarish bihiklari (korxonalar, firma) o'z faoliyatini natijalaridan ko'pincha daromad olishga harakat qiladi. Har qanday korxonalar mahsulot o'zining tovarini ancha yuqori baholarda sotishga, balki mahsulot ishlab chiqarish va uni sotishga qilinadigan sarf-xarajalarini kamaytirishga ham intiladi.

Iskan hayot kecharishi uchun moddiy ne'matlar va xizmatlar taqazo qilinadi. Moddiy ne'matlar yaratish o'z navbatida xarajat qilishni taqazo etadi. Har bir korxonalar, firma, (xojalik subyektlari) tovar ishlab chiqarish uchun ma'lum iqtisodiy resurslar xarajalarini ishlab etadi. Iqtisodiy xarajalar tashabbusini eng avvalo resurslar cheklanganligi tashabbusi ularni muqobil (alternativ) ishlatish imkoniyati bilan bog'liq. Masalan, yer resursi sifatida cheklangan. Undan turli maqsadda foydalanish mumkin. Uy qurish, korxonalar qurish, yul-dorinlar ishlab va h.k. Har bir xojalik subyekti u yoki bu resursni sotib olib ishlatar ekan, demak bu resursni boshqalar ishlatmaktaydi. Resurslarni sotib olish uchun samarali ishlatish uchun harakat qiladilar. Xarajalar korxonalar, firma faoliyatiga baho berishda yetakchi korsonlar hisoblanadi.

Tovarlarni sotish baholari asosan korxonalar faoliyatiga bog'liq bo'lmagan tashabbusi sharoitlar bilan bog'lanadi, ishlab chiqarish sarf-xarajalari korxonalar ishlab chiqarish va tayyor tovarlarni sotish

jarayonlarini tashkil qilish samaradorligi darajasiga bog'liq. Lekin har qanday tuzatish ishlab chiqarish va sotish uchun ma'lum sarf-xarajatlar talab etiladi.

Korxonalar faoliyat yuritish jarayonida moddiy va pul xarajatlarini sarflaydilar. Korxonaning umumiy xarajatlari ichida ishlab chiqarish xarajatlari eng katta salmoqqa ega. Ishlab chiqarish xarajatlari majmua mahsulot ishlab chiqarish qanchagacha tashishini ko'rsatadi, ya'ni mahsulotning ishlab chiqarish tuzatishini tashkil qiladi.

Korxonalar, shuningdek, mahsulotni sotish bo'yicha xarajatlarni, ya'ni ishlab chiqarishdan tashqari yoki tijorat (tasvish, qadoqlash, oqilash, reklama qilish va hokazo) xarajatlarni ham amalga oshiradilar.

Mahsulot (ish, xizmat) tuzatishini tashkil qiluvchi xarajatlar qisqasid mahsulotiga ko'ra, quyidagi elementlarga asosan guruhlarga boqiladi:

- ◆ Moddiy xarajatlar;
- ◆ asosiy fondlar amortizatsiyasi;
- ◆ malmatga haq to'lash bilan bog'liq bo'lgan xarajatlar;
- ◆ ijtimoiy ehtiyojlarga ma'ljallangan xarajatlar;
- ◆ boshqa xarajatlar.

Moddiy xarajatlar ishlab chiqarish xarajatlarining eng katta qismi bo'lib, umumiy xarajatlarning 60-80 foizini tashkil qilishi mumkin. Moddiy xarajatlar o'z ichiga quyidagilarni qamrab oladi:

- ◆ xomashyo va materiallar xarajatlari;
- ◆ texnologik maqsadlar va xo'jalik ehtiyojlari uchun sarflanuvchi yoqilg'i va energiya;
- ◆ xarid qilinuvchi burtovchi qismlar va yarim tayyor mahsulotlar;
- ◆ sotib olingan qadoqlash va o'tiray materiallari xarajatlari;
- ◆ mashina va asbub-uskunalarini ta'mirlash uchun ehtiyoj qismlar;
- ◆ boshqa korxonalar va tashkilotlar tomonidan ko'rsatiladigan ishlab chiqarish xizmatlari;
- ◆ xizmat davri bir yilgacha bo'lgan kichik qiymatli va tez eskiruvchi predmetlarning eskirishi

❖ yoki har bir instrument, inventar, laboratoriya uskunalari va maxsus kiyim-bosh uchun eng kam oylik

❖ ish haqining 50 baravar miqdorigacha qiyosati;

❖ tabiiy xomashyodan foydalanishi bilan bog'liq soliqliq, yig'im va boshqa to'lovlar;

❖ ishlab chiqarishda boshqa turli qotila va sifatadilar (max) tubayli yanaga keladigan yo'qotishlar;

❖ tabiiy yo'qotishlar bilan bog'liq bo'lgan yoki aybdor shaxslar majburi bo'lmagan holda yuzagan

❖ keladigan yo'qotishlar

Qisqacha qilib aytganda firmaning xarajatlari - bu tovar va xizmatlar yuritish va ularni sotish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlardir. Firmaning xarajatlari safiga biz firmaning ishlab chiqarish xarajatlarni kiritishimiz mumkin.

## 7.2. Ishlab chiqarish xarajatlari tarkibi

Oldingi paragrafning tushunchasidan kelib chiqsak, ishlab chiqarish xarajatlari deganda tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish va iste'molchilarga yetkazib berishga qilinadigan barcha sarflar tushuniladi. Ishlab chiqarish sarf-xarajatlari tarkibiga xomashyu, asosiy va yordamchi materiallar, yozilg'i va energiya ulanib qilingan xarajatlar, asosiy kapital amortizatsiyasi, ish haqi va ijtimoiy sug'utmga ajimatlari, lo'iz to'lovlar va boshqa xarajalar kiradi. Ishlab chiqarishga qilingan barcha sarf-xarajatlarning puldagi ifodasi mahsulot narxini tashkil qiladi. Ishlab chiqarish xarajatlarni ikkiga bo'lib o'rganish mumkin (7.1-shizma):

- bevosita ishlab chiqarish xarajatlari

muamala xarajatlari

Tovar hisobining qiymatida ishlab chiqarish xarajatlari faqat uning his qismini tashkil qiladi. Ishlab chiqarish xarajatlari tovar qiymatidan joyida miqdoriga kam bo'ladi. Muamala xarajatlari tushunchasi tovarlarni sotish jamiyini bilan bog'liq bo'lib, shu tovarlarni ishlab chiqarib chiqarib olib, iste'molchiga yetkazilganicha ketadigan sarflarga aytiladi.

Ular ikki guruhga bo'linadi:

- qo'shimcha muamala xarajatlari

### - sof muomala xarajatlari.

Tayyorlarni o'rash, qadoqlash, saralash, transportga o'rish, tashish va saqlash xarajatlari qo'shimcha muomala xarajatlari hisoblanadi. Muomala xarajatlarning bu turlari ishlab chiqarish xarajatlarning davami hisoblanib, tovar qiymatiga kiradi va uning qiymatini oshiradi. Xarajalar tovarlar sotilgandan keyin olingan pul tushuzi summasidan qoplanadi.



7.1-chiizua. Xarajalarning nazariyot bo'lish sohasiga ko'ra turlarlanishi

Sof muomala xarajatlari sotuvchi maoshi, marketing tate'molchilar talabini o'rganish, reklama va shu kabi xarajatlardan iborat bo'ladi. Sof muomala xarajalar tovar qiymatini oshirmaydi va ishlab chiqarish jarayonida yaratilgan tovarni sotgandan keyin olingan fnyda hisobidan qoplanadi.

Ishlab chiqarish xarajatlardag ikkinchi yo'natishdagi konsepsiyalar marjinalistlar va neoklassiklar tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, ular bu bo'ndagi klassik nazariyalarni ham ma'lum darajada hisobga oladilar. Biroq, bu konsepsiyalarning o'ziga xos tomoni shundaki, ular ishlab chiqarish xarajalarini hisoblashda resurslarning cheklanganligi va ulardan muqobil foydalanish imkoniyatlaridan kelib chiqadilar.

Ma'lumki, muayyan bir resursni ishlab chiqarishning har qanday yo'nalishi bo'yicha sarflanishi an'dalikda bu resursdan boshqa yo'nalishlarda foydalanish imkoniyatini cheklab qo'yadi. Shunga ko'ra, tadbirkor (yoki resurs egasi) muayyan resursni qanday yuqori darajada naf keltiruvchi yo'nalishga sarflashga harakat qiladi.

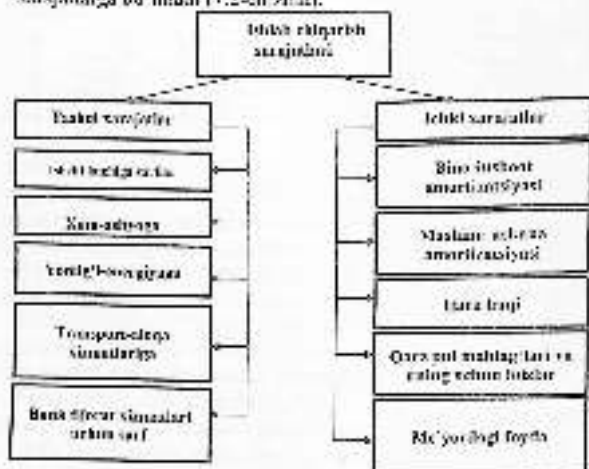
Iqtisodiy resurslarni qanday yuqori naf olish maqsadida boshqa muqobil yo'nalishlarda ishlatilishiga yo'l qo'ymay o'ziga jalb etish uchun talabov iqtisodiy yoki xizmatiga tashuvchi xarajat deb ataladi.

Iqtisodiy xarajalar makrodarajadagi iqtisodiy ko'rsatkichlar bilan bir bo'lib, korxonalar (firmalar) miqyosida muayyan tuzilgan mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishning samaradorlik darajasini hisoblashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Majmalatlik sarf-xarajalar nazariyasi bo'yicha korxonalar ishlab chiqarish jarayonida foydalaniladigan resurslar o'z rasmlari yoki jalb qilingan resurslar bo'lishi mumkin. Shunga ko'ra xarajalar:

- ichki
- tashqi

xarajalarga bo'linadi (7.2-chorizma).



7.2-chorizma. Xarajalarning jalb etilish masalasiga ko'ra tarkiblanishi

Tashqi xarajatlar korxonaga uchun zarur resurs va xizmatlarni tashqaridan to'lov asosida jalb etishi natijasida vujudga keladigan xarajatlardir. Bunday xarajatlarga vollaqama ishchilar ish haqi, xomashyo va materiallar uchun to'lovlar, kredit uchun foiz to'lovlari, ijara olingan yer uchun rent, transport xizmati va boshqa har xil xizmatlar uchun to'lovlar kiradi. Tashqi xarajatlar to'lov hujjatlari bilan qayta tiklanadi, shu sababli barga teriya xarajatlari deb ham ataladi.

Korxonaning o'ziga tegishli bo'lgan resurslardan foydalanishi bilan bog'liq xarajatlar ichki xarajatlar deyiladi.

Bunday xarajatlar pul to'lovlari shaklida chiqariladi. Shu sababli ichki xarajalar darajasi baholash o'z resurslari qiymatini shunga o'xshash resurslarning bozoridagi narxlariga taqqoslash orqali aniqlanishi mumkin.

Xarajatlarni deyarli ravishda pasaytirib berish korxonaga foydasini oshirishning asosiy vositasi bo'lib xizmat qiladi. Zero mahsulot bahosi tarkibining asosiy elementlari bu xarajat va foydadir. Hinchabar, xarajatlar qanchalik qisqarib borsa shunga mos foyda miqdori oshib borsadi.

Shu bilan birga tadbirkorlik faoliyatini ishlab tuzish uchun zarur bo'lgan to'lov — narx (tas'voddagi) foyda bilan rent va ish haqi bilan birga xarajatlarning tarkibiy qismi hisoblanadi.

### 7.3. Doiniy va o'zgaruvchan xarajat turlari

Mutaxassislar xarajatlarga turli nuqtayi nazaridan turlicha qaraydilar. Buzgultorlar firmalarni faoliyatiga aktiv va passiv nuqtayi nazardan baho berib firmaning faoliyatini baholaydi. Iqtisodchi va rahbarlar esa firmalarning kelajagi bilan qiziqqan holda xarajatlarga ishonib chiqarishni ehtimoldorligini aqlsiz olib berish nuqtayi nazaridan qaraydi. Xarajatlar turlicha bo'ladi. Haqiqiy xarajatlar, mahsulot ishlab chiqarish qilingan harcha xarajatlar kimdi. Masalan: ish haqi, amortizatsiya xarajatlari va boshqalar.

Har bir korxonaga, firma, tadbirkor shaxs o'z ishlab chiqarish faoliyatini tashkil etishda bir qancha masalalarni hal qilishga to'g'ri keladi. Jumladan, qancha xomashyo sotib olish kerak, qancha ishchi



yollash lazim, qancha ishlab chiqarish vositalari lozim va h.k. Ma'mur shunga o'xshash masalalarni 3-garabga toqsim etish mumkin.

1. Mavjud ishlab chiqarish quvvatlari asosida qanday qilib ishlab chiqarishni tashkil etish mumkin?

2. Fan-texnika taraqqiyotining erishilgan yutuqlariga ko'ra qanday yangi quvvatlarni jalb etish mumkin?

3. Texnika taraqqiyotiga hurilish ho'lidigina yangiliklarga qanday usulda moslashish mumkin?

Badi qisqa muddatli davrdagi firma faoliyati xarakteri to'g'risida fikr yuritamiz. Eng avvalo xarajalar to'g'risida quyidagi tushunchalarni bilishimiz kerak:

1. Umumiy xarajalar (TC) — bu firmaning ma'lum turdagi mahsulotni ishlab chiqarish uchun qilingan jami xarajatlaridir. Umumiy xarajalar ikki qismdan iborat (7.3-chizma):

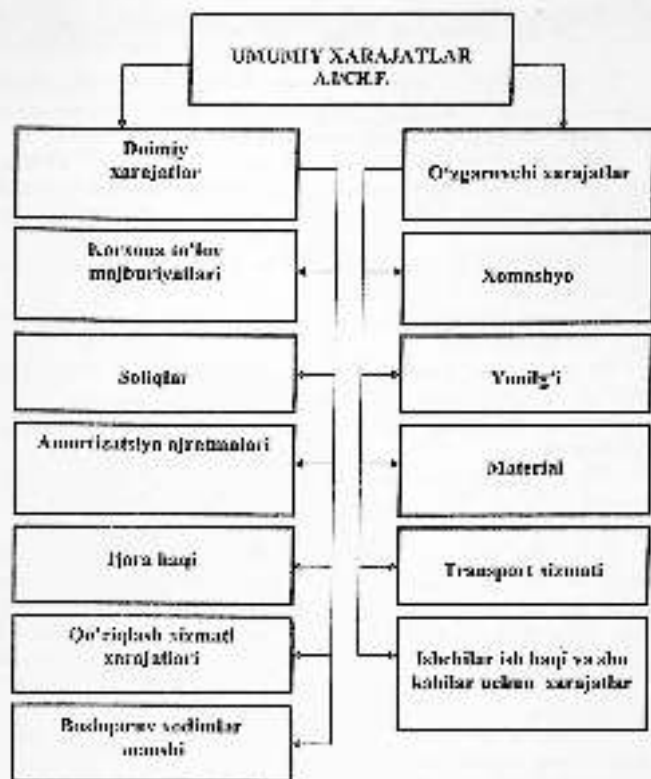
- umumiy doimiy xarajalar (TFC)

- umumiy o'zgaruvchan xarajalar (VC)

Ishlab chiqarish hajmining o'zgarishiga (qisqarishi yoki oshishi) bog'liq bo'lmagan tovalarning hajmiga ta'ar olmaydigan xarajalar doimiy xarajalar deyiladi.

Doimiy xarajalar ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmaydi, uning o'shishiga ham bosqisiz ta'ar olmaydi va ishlab chiqarishning har qanday, hatto nolinchij hajmida ham mavjud bo'ladi. Bunga ko'xonaing to'lov majburiyatlari (zayvonalar bo'yicha foiz va boshqa), soliqlar, amortizatsiya ajratmalari, ijara haqi, qo'riqlash xizmatiga to'lov, uskunalariga xizmat ko'rsatish sarflari, boshqaruv xodimlari maoshi va shu kabilar kiradi.

Doimiy xarajat — hular shunday xarajalardir, ularning miqdori ishlab chiqarishning ko'p yoki ko'p bo'lishiga qaramoq o'zgar olmaydi, balki qanday bo'lsa, shundayligicha qolaveradi. Masalan: tikuvchilik firmasi bironoi imkon so'miga ijara o'ldi. Bankdan So'bi so'm qaza ko'tarib yiliga 1000 so'm foiz to'laydi, hisobchisini ishga olib oygiga 75 ming so'm, yiliga esa 900 ming so'm ish haqi to'laydi. Bu xarajalar jami 2.9mln so'mni (1.0+1.0+0.9+2.9) tashkil etadi. Firma 100 ta yoki 500 ta ko'ylak tiklasin, har bir shu 2.9 mln so'm xarajalar qilishi shart. Doimiy xarajalarga odatda amortizatsiya ajratmasi, doimiy ishga olinganlarning maoshi, ijara haqi, ko'xona mulkini sug'artirish puli, bankga beriladigan foiz kabilar kiradi.



7.3-ebtizma. Umumiy xarajatlarning tuzilishiga qarab turkumlanishi

**O'zgaruvchi xarajatlar** – ishlab chiqarish hajmining o'zgarishiga ta'sir qiladigan xarajatlarga ayriladi.

#### 7.4. Xarajatlarning o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillar

Xarajatlarning o'zgarishi xarajatlarning qaysi yo'nalishda o'zgarishini bilish firmaga qanday ishlab chiqarishda qanday foyda ko'rish ehtimolligini aniqlashga yordam beradi.

Xarajalar o'zgarib turadi, bu esa resurslarning bazar narxiga, ularning tejallishiga, harajatlarning haralarining nisbatiga va ishlab chiqarish ko'lamiga bog'liqdir. Xarajatlarga ta'sir etuvchi omillar ikki guruhga bo'linadi:

Birinchi, firmaga bog'liq omillar, bu ishlab chiqarish ko'lamini o'zgartirish resurslarni tejab ishlatish.

Ikkinchi, firmaga bog'liq bo'lmagan omillar, bularga resurslar narxi va soliqlar kiradi.

Bir yomon misol tariqasida firmaning ishlab chiqarish xarajatlari ta'sir etuvchi omillarni ko'rib chiqamiz.

Ishlab chiqarish xarajatliriga ta'sir etuvchi omillar (7.3-chizma).

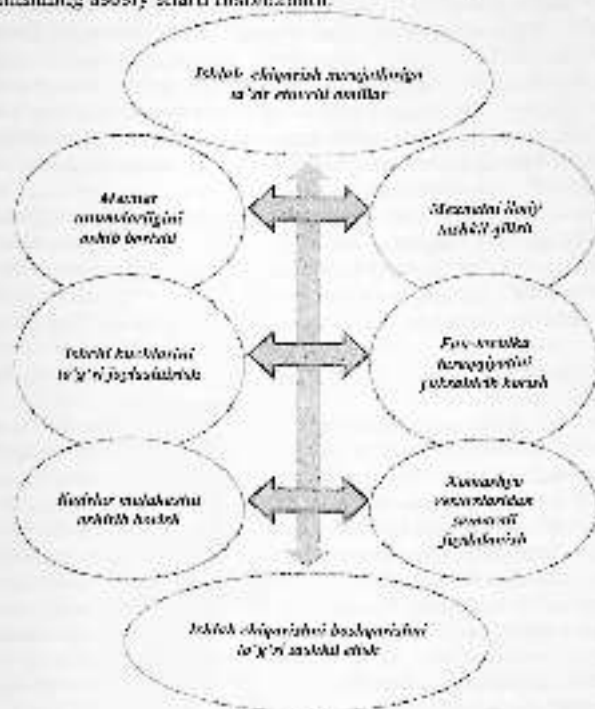
Ishlab chiqarish xarajatliriga ta'sir etuvchi omillar rangli chizma o'rtasiga kiritilgan, fan va texnikaning ilg'or texnologiyalar eng yangi yutuqlarini ishlab chiqarishga ta'sir etishga undaydi.

Bularning asosiy pitevasi anijada keskin raqobatlashish sharoitida ishlab chiqarishning harqarorligiga erishishga ushbu omilning oldini olishga yo'naltirilgan. Bu hislat kengroq qurilgan, bazarda ma'lum bir ta'kid o'rtasida qalay muvazandining ta'omlanishiga olib keladi. Birga kapitalistik ishlab chiqarish usulining eng katta usqorid illat solatida targ'ib olib iqtisodiy muvazandilarni takomil-leshtirishning muvazandiliga aylantirish.

Shuning uchun bu muvazandilarga erishganidan keyin, parti-dastimizing o'rtasida. Eslatib, ularning asosiy muvazandilari bilan eng asosiy o'liborish muvazandilari qurilgan.

Ishlab chiqarish xarajatliriga ta'sir etuvchi omillar o'rtasida muvazandilarning ta'sir etuvchi omillar, bularning asosiy muvazandilari bilan eng asosiy o'liborish muvazandilari qurilgan. Masalan: xarajatlarning asosiy muvazandilari bilan eng asosiy o'liborish muvazandilari qurilgan. Masalan: xarajatlarning asosiy muvazandilari bilan eng asosiy o'liborish muvazandilari qurilgan. Masalan: xarajatlarning asosiy muvazandilari bilan eng asosiy o'liborish muvazandilari qurilgan.

harajatini birligida olib borilishi iqtisodiy samaradorlikka erishilganing asosiy sharti hisoblanadi.



7.4-ehzma. Ishlab chiqarish xarajatlari ta'ir etuvchi omillar

7.5. Ishlab chiqarish xarajatlari ta'ir etuvchi omillarining asosiy yo'nalishlari

Mehsulot ishlab chiqarish xarajatlari ta'ir etuvchi omillarining asosiy yo'nalishi bozor iqtisodiyorida ishlab chiqarish usulining qaratilishi hisoblanadi. U mehnat

umumidegiting, to'xtovsiz o'sishi, mashinalarlar akademiy, texnikaviy darajasini yukashini, moddiy va mehnat resurslaridan rasional foydalanish, xo'jalik yuritish usullarining takomillashirishi bilan ta'minlanadi.

Ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish uchun korxonaning rivojini yildan yilga oshib hammaqda, chunki un pasaytirishning har bir foizining absolyut hajmi o'sib hammaqda. Uruman Respublika ha'iyida san'at mahsuloti tannaxsini faqat 1% ga pasaytirilga 3 mlrd. so'm miqdorida iqtisod qilinadi.

Ishlab chiqarish xarajalarining pasaytirishning yo'llarini keltiramiz. Ishlab chiqarish xarajalarining pasaytirishida ishlab chiqarishning texnikaviy darajasini oshirish katta ta'sir ko'rsatadi. Yangi texnika juriy qilish va mahsulot tayyorlash texnologiyasini takomillashirish jarayonlari xarajalarning kamayishiga kompleks ta'sir ko'rsatadi. Ular moddiy resurslarida yanada samaraliroq foydalanish, huyumlarni tayyorlashga kerakligan mehnat sarfini kamaytirish imkonini beradi.

Amaldagi jihozlarni avtomatizatsiya qilish hamda qo'llanilayotgan texnikada foydalanishni hisobga olgan holda ishlab chiqarish xarajalarini anchaqancha kamaytirishga erishish mumkin. Yangi texnika va progressiv texnologiya asosida o'tgan va joni mehnatni tejashga erishiladi. Moddiy resurslarda buyumbalega o'tgan mahsulotni tejash xuddi shu miqdordagi kamayish va materiallardan ko'proq mahsulot ishlab chiqarish imkonini beradi; joni mahsulot sarfini tejash mahsulot umumdorligini oshirish imkonini beradi, ya'ni har bir ishchiga. Li-ohlagaada ko'proq mahsulot ishlab chiqarishga imkon yaratadi. Bunga fan-texnika taraqqiyoti yordam beradi. Yangi texnika va ilgari texnologiya ishlab chiqarishni boshqarishni takomillashirish asosida mahsulot umumdorligi oshib beradi bu esa ishlab chiqarish xarajalarini kamaytirishga olib keladi.

## 7.6. Mahsulot tannaxsiga kiritiladigan va kiritmaydigan xarajalar

Tannaxsida korxon ishlab chiqarish faoliyatining sifat ko'rsatkichlari - ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish samaradorligi, ishlab chiqarish texnologiyasi va mehnatni tashkil etish

darajasi, korxonani tejamkorlik bilan va oqilona yuritish omillari, mahsulot ishlab chiqarishni yaxshilash sharoitlari o'z aksini topadi.

Mahsulot tannaxsini hisoblashdan ko'zda tutilgan asosiy maqsad — uni ishlab chiqarishga sarflangan haqiqiy xarajatlarni tegishli hujjatlarda o'z vaqtida, to'liq va ishonchli aks ettirish harakati moddiy, mehnat va moliyaviy resurslardan tejamkorlik asosida, oqilona foydalanish ostidan nazorat o'tkazishdir.

Mahsulot tannaxsi korxonada xarajatlarni tashvishidan farq qiladi. Korxonaning mahsulot ishlab chiqarish, sotish va boshqa moliyaviy-xo'jalik faoliyati natijasida yuzaga keladigan barcha xarajatlari mahsulot tannaxsiga kiritilmaydi. Mahsulotning (ishning, xizmatning) ishlab chiqarish tannaxsiga uni bevosita ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan xarajalar kiritiladi. Ularga quyidagilar tegishli bo'ladi:

- bevosita moddiy xarajatlari;
- bevosita mehnat xarajatlari;
- ishlab chiqarish xususiyatiga oqib bo'lgan bilvosita ustama xarajatlari.

Bu xarajatlarning ko'pchiligini masorada, ya'ni dona, kg, metr va boshqa ko'rinishlarda hisobga olib borish va qayta hisoblash mumkin. Ammo, mahsulot ishlab chiqarishga sarflangan barcha xarajatlarni birgalikda hisobga olish uchun ularni yagona o'lchov birligiga qiyamat-pul ko'rinishiga keltirish talab etiladi.

Ayrim tannaxsi ishlab chiqarish xarajatlari yaratilayotgan mahsulot tannaxsiga to'g'ridan-to'g'ri kiritish mumkin. Unga ishlab chiqarishdagi ishchilarning ish haqi va iste'mol qilingan moddiy resurslar sarfini kiritish mumkin. Bunday xarajalar natijasi bevosita ishlab chiqarish xarajatlari deb yuritiladi.

Ikkinchi bir xarajalar natijasi bevosita xil mahsulot yetishtirish jarayonida ishtirok etishi tufayli (masalan, bir mehnat xil o'quvchilarga o'g'itish uchun taktik amortizatsiyasi) ularga ketgan xarajatlarni shu mahsulotlarni ishlab chiqarishdagi ishtirokiga muvofiq ravishda taqsimlashga to'g'ri keladi. Bunday xarajalar bilvosita ishlab chiqarish xarajatlari yoki ishlab chiqarishga tegishli ustama xarajalar deb yuritiladi.

Korxonada rejadagi (biznes-rejada belgilangan) va haqiqiy (hisobot bo'yicha haqiqatda erishilgan) tannaxsi hisoblab borilishi mumkin. Bu rejalashtirilgan ishlab chiqarish xarajatlari haqiqatda erishilgan daraja bilan solishtirish, ortiqcha moddiy va mehnat

resurslari sarflariga yo'li qo'yilgan yoki tejamaq erishilganini aniqlash va kelgusida tegishli xususlar chiqarishga imkon beradi.

*«Muhimlot tannaxtiga kiritilmaydigan xarajatlarni»* moddesiga yaqorida keltirilgan muddalarda aks etmagan, ammo ishlab chiqarishga mulluqli bo'lgan quyidagi boshqa xarajatlar kiririladi:

- ishlab chiqarishni tashkilot, materiallar, yonilg'i, energiya, instrument, masinalar va boshqa texnik vositalari va buyumlar bilan ta'minlash xarajatlari;

- shundan jalt olingan korxonalar tomonidan amalga oshirilgan korxonaning asosiy ishlab chiqarish fondlarini isb holatida saqlash xarajatlari (texnik kor'ik va ustov, o'rnatish, joriy va mukammal tuzatish xarajatlari);

- ishlab chiqarish faoliyatiga tegishli bo'lgan asosiy vositalarni joriy ijnaga olish bilan bog'liq xarajatlari;

- ishlab chiqarish xususiyatini bilan bog'liq mahsulotning texnik sharoitlarini va texnika xavfsizligini ta'minlash xarajatlari;

- ishlab chiqarish jarohatlarini tufayli mahsulotning qobiliyati yo'qolishi munosabati bilan tegishli vakolatli organlarning qarorlari asosida va qaytarib olinmaydigan nafaqalar;

- xodimlarni ish joyiga olib borish va olib kelish bilan bog'liq xarajatlari;

- shuntlar, chetva mollari va ishlab chiqarish vositalarini mahzuriy sug'urtalash xarajatlari;

- yozg'ingga qandir, ekinzorlar, asosiy vositalarni qo'riqlash xarajatlari;

- ishchilarga bepul beriladigan maxsus kiyim - bosh (yuldar, kurtka, etik, burtuk va boshqa), oyin - oyoq xarajatlari;

- mollarning tagini quruqlashtirishga so'pildigan somon, qirindi va boshqa material xarajatlari;

- fermalar struktini devor bilan o'rnatish, chetva mollari bilan yozg' soylab va o'zlar qurish xarajatlari;

- ishlab chiqarish shaxsiyatiga ega boshqa xarajatlari.

Har bir korxonada uchun muhimlot tannaxtini pasaytirish imkoniyatlarini izlab topish iqtisodiy taraqqiylilik nuqtayi nazaridan muhim hisoblanadi. Chunki, muhimlot tannaxti qanchalik arzan bo'lsa, shunchalik korxonada olingan foyda miqdori oshib boradi.

## 7.7. Mahsulot tannarxini hisoblash usuli va uni pasaytirish yoʻllari

Mahsulot (ishlab chiqarish) tannarxi bir turdagi mahsulotni havo va birlashtirilgan ishlab chiqarish jami xarajatlarini shu mahsulot miqdoriga boʻlish orqali topiladi:

$$MT = (MX + IX + ST + A + BIX) / M$$

Bu yerda:

MT – mahsulot tannarxi, soʻm / dona, soʻm / kg va boshqa;

MX – jami ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari, soʻm;

IX – jami ishlab chiqarish xususiyatidagi mehnatga haq toʻlash xarajatlari, soʻm;

ST – jami ishlab chiqarishga tegishli boʻlgan ijtimoiy sugʻurtalarning toʻlovlari, soʻm;

A – asosiy vositalar amortizatsiyasi, soʻm;

BIX – boshqa ishlab chiqarish xarajatlari, soʻm;

M – mahsulot miqdori, sentner, dona, kg, tonna, ming ta va boshqalar.

Mahsulot tannarxini aniqlashda hisoblash obyektlarini bilish muhimdir. Unga qilingan xarajatlarni alohida hisobga olish mumkin boʻlmaganligidan, umumiy ishlab chiqarish xarajatlarni hisoblash obyektlari boʻyicha toʻgʻri taqinilish muhimdir.

Mahsulot tannarxiga kiritiladigan ishlab chiqarish xarajatlari xarajat **elementlari** va **moddalar** boʻyicha guruhlarga ajratiladi. Hunday guruhlalar:

- rejalashtirilgan mahsulot ishlab chiqarishning moddiy va mehnat sarflariga ehtiyojni aniqlash;

- xarajatlarni iqtisodiy mazmuniga koʻra taqsimlash;

- umumiy ishlab chiqarish vosijalari miqdorida u yoki bu xarajat elementlarining ulushini aniqlash imkonin beradi.

Masalan, huzurlar yaʼni hisobida mahsulot ishlab chiqarish tannarxini hosil qiluvchi xarajalar iqtisodiy mazmuni va umumiylik xususiyatlariga koʻra quyidagi **elementlarga** ajratiladi:

- ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari;

- ishlab chiqarishga tegishli mehnatga haq toʻlash xarajatlari;

- ishlab chiqarishga tegishli ijtimoiy sugʻurtalarga ajratmalar;

- asosiy vositalar va normatdiy aktivlar amortizatsiyasi;



- ishlab chiqarishga o'yl boshqa xarajatlar.

Iqtisodiy hisob-kitoblarda mahsulot tannaxrini rejalashtirish va hisoblashda xarajatlarni *hisoblash moddolari* bo'yicha guruhlash qabul qilingan. Sanoat korxonalaridan *mahsulot tannaxrini hisoblash moddolari* quyidagilardan tashkil topadi.

Mahsulotning ishlab chiqarish tannaxrini hosil qiluvchi xarajat elementlari va *hisoblash moddolari* orasida o'zaro bog'liqlik mavjud.

**Mahsulot tannaxrini pasaytirish yo'llari**

Mahsulot tannaxrini pasaytirish yo'llari quyidagilardan iborat bo'lishi mumkin:

- ishlab chiqarishga yaqin amali, ishonchli va arzon ishlab chiqarish usullarini jori etish;
- asosiy aylanma fondlardan oqilona va samarali foydalanish;
- ishlab chiqarishning material sig'imini kamaytirish va tejankorlikka erishish;
- mashina va texnikalarning kundlik va yillik ish ummomi ko'tarish;
- resurslarni tejovon va chiqimsiz texnologiyalardan keng foydalanish;
- ishlab chiqarish va ma'mumi tashkil etishning ilg'or shakllaridan foydalanish;
- mehnat ummudorligini oshirish;
- mahsulotlar sifatini oshirish va qobudgarchilik, yo'qotishlarga yo'l qo'ymaslik;
- qishloq xo'jaligida ekularda hosildorligi va chorva mollari mahsulotligini oshirish va boshqalar.

#### **Asosiy atamalar va tushunchalar**

Fitmaning xarajati, Mahsulot tannaxri, Moddiy ne'mat, Muqobil, Muomala xarajatlari, Davlatda ishlab chiqarish xarajatlari, Amortizatsiya, Konsepsiya, Maximalistik nazariyasi, Korxonada foydali Resurs, O'zgaruvchi xarajatlari, Doimiy xarajati, Foyda, Fan-texnika taraqqiyoti, Mehnat ummudorli, Texnikaviy daraja, Texnologiya, Resurslardan foydalanish samarasizligi, Tejarakorlik, Ustama xarajatlari, Solishtirish usuli, Joriy va ma'mumi tuzatish, Mahsulot (ishlab chiqarish) tannaxri, Xarajatlarning iqtisodiy ma'mumi, Ishlab chiqarishning material sig'ini.

### mavzu bo'yicha savollar:

1. Foydalanuvchi xarajatiga qisqacha izoh berib o'ting.
2. Tijorat xarajatlari qanday xarajatlarga kiradi?
3. Mahsulot tannaxsi deganda nimani tushunamiz?
4. Sarf-xarajatlarni tarkibi bo'yicha ma'lumot bering.
5. Qo'shimcha mabsumat xarajatlari nimalarni nazarda tutish mumkin?
6. Xarajatlarni nima orqali qoplatadi?
7. Marjinalik sarf-xarajatlarni nazariyasi bo'yicha axborot bering.
8. Ko'pincha foydasini oshirishning asosiy vositasi nima?
9. O'zgaruvchan xarajatlarni qanday xarajatlarni nazarda tutiladi?
10. Doimiy xarajatlarga kiriladigan xarajatlarni bo'yicha ma'lumot bering.
11. Xarajatlarga ta'sir etuvchi omillar nimalar guruhiga bo'linadi?
12. Xarajatlarga ta'sir etuvchi har bir guruhdagi omillarni aytib o'ting.
13. Iqtisodiy samandorlikka erishishning asosiy sharti nima?
14. Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlarning uzluksiz pasayishi nimalar asosida ta'minlanadi?
15. Ishlab chiqarishning texnikaviy darajasini oshirish nimga katta ta'sir ko'rsatadi?
16. Yangi texnikani joriy qilish va mahsulot tayyorlash texnologiyasini takomillashtirish jarayonlari natijasi ta'g'risida so'zlab bering.
17. Mahsulot tannaxsini hisoblashda ko'zda tutilgan asosiy masalalardan iloclar?
18. Iqtisodiy xarajatlarni tashabbusi bo'yicha tushunchalar bering.
19. Korxonada rejalidagi (bilvosita) va haqiqiy (hisobot bo'yicha haqiqatda erishilgan) tannaxsini solishtirib borilishi nimalarni oshirishga yordam beradi?
20. Mahsulot tannaxsiga kiriluvchilarga xarajatlarni ta'g'risida misol keltiring.
21. Mahsulot (ishlab chiqarish) tannaxsi formulasiidagi xarajatlarni tarkibiga kiruvchilarni qaysi?
22. Daxxalariya hisobida mahsulot ishlab chiqarish tannaxsini hisob qiluvchi xarajatlarni iqtisodiy mazmuni va umumiylik xususiyatlariga ko'ra qanday elementlarga ajratiladi?
23. Mahsulot tannaxsini pasaytirish nimalarni orqali erishtirish mumkin?

## 8-BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING MOLIYAVIY FAOLIYATI TAHLILI

8.1. Moliyaviy tahlilning asosiy talablari va manbalari.

8.2. Tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko'rsatkichlar.

8.3. O'zbekiston Respublikasida moliyaviy tahlil usulining ishlab chiqilishi.

8.4. Tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy mavohirkamligi haqida tahlil faoliyatining moliyaviy natijalari tahlili.

8.5. Korxonalar rentabelligi tahlili.

### 8.1. Moliyaviy tahlilning asosiy talablari va manbalari

Korxonalarining moliyaviy holati haqida:

kompleks ravishdagi tashkilotda bo'lib, u o'z ichiga keng ko'lamdagi korxonalar tizimini oladi, ular korxonalarining moliyaviy resurslari harqligini, holatini, joylashganligini va ulardan foydalanish darajasini ilohalaydi;

- korxonalar faoliyatidagi berun ishlab chiqarish va xo'jalik eallilarining harakatlari, ularning o'zaro aloqadorligi natijasida;

- korxonalarining mo'rtadil ishlab chiqarish, tadbirkorlik va boshqa faoliyati uchun zarur bo'lgan moliyaviy resurslar bilan ta'minlanish qobiliyati va ulardan samarali foydalanish ilohasidir;

- korxonalarining boshqa xo'jalik subyektlari, organlari va tashkilotlari bilan o'zaro aloqalarni haqiqiy aks ettirishidir.

Korxonalarining ichki va tashqi omillar ta'siri ostida shakllangan moliyaviy holati, ularning istiqbolini aniqlash bilan birga, bu korxonalar bilan aloqada bo'lgan boshqa tashkilotlar va korxonalarining moliyaviy holatiga ta'sir ko'rsatadi. Umumiy korxonalarining ishlab chiqarish, xo'jalik faoliyatini, jumladan ularning moliyaviy holati tahlili asosini bir butun kompleks iqtisodiy fanlar: iqtisodiy nazariya, makro va mikro iqtisodiyot, menejment va marketing, statistika, baxqalariya hisobi, audit, moliya, kredit, pul muomalasi va boshqalar tashkil etadi. Demak, ishlab chiqarish mutaxassis-auditodlar keng iqtisodiy ilimga ega bo'lishlari lazim.

Iqtisodiy adabiyotda, ma'lumki, «Moliyaviy tahlil» atamasidan foydalaniladi, «Moliyaviy tahlil» barabta iqtisodiy tahlilning bir shakli hisoblanadi, ikkinchi shakli – bu «boshqaruvlik tahlili». Demak, mazmunan «Moliyaviy tahlil» va «Korxonalarining moliyaviy holati tahlili» bu bir xil mazmunga ega bo'lgan iboralar.

Buning ma'ruzamiz korxonalarining moliyaviy holatini tahlil qilishga bag'ishlangan, lekin iqtisodiy adabiyotda qabul qilinganidek, qisqa ifodalash uchun ma'ruzalarda «Moliyaviy tahlil» atamasidan foydalanilgan. Iqtisodiy adabiyotda korxonalarining moliya holati tahlili jarayoni ham «Moliyaviy tahlil» deb qabul qilinayapti.

Korxonalarining moliyaviy holatini tahlil qilish, ya'ni moliyaviy tahlil – keng ko'rsatkichlar yordamida, ko'pincha usullaridan foydalanib korxonalarining moliyaviy resurslari borligini, holatini, joylashganligi va ulardan foydalanish darajasini ifodalashdir.

Moliyaviy tahlil ko'p qirrali murakkab jarayon bo'lib, u tashkil qilinishi, buning uchun esa bir qator talablariga asoslanishi kerak. Bu talablar quyidagilardan iborat:

- mullaq va nisbiy ko'rsatkichlar o'rtasidagi aloqalarni borligini bilish;
- moliyaviy tahlil mahayuda mullaq va nisbiy ko'rsatkichlardan birgalikda foydalanishi;
- moliyaviy tahlil mantiqiy ravishda umumga o'tirilib, u induktiv usulga – alohida hodisalardan umumiy hodisalarga o'tish, moliyaviy holatning bir shakl ko'rinishidan umumiy ko'rinishga o'tish va deduktiv usulga – umumiy hodisalardan alohida hodisalarga o'tishga asoslanib tahlil qilish;
- hamma foydalanilayotgan ko'rsatkichlar bir xil, asoslangan usulda aniqlanishi lozim;
- moliyaviy holatni tahlil qilishda tahlil qilinayotgan korxonalar ko'rsatkichlarini boshqa korxonalar, o'rtacha tarmoq ko'rsatkichlari va boshqa korxonalar ko'rsatkichlari bilan taqqoslash;
- moliyaviy tahlilning bir to'xtovsizlik bo'lishidagi va korxonalarining umumiy moliyaviy holatiga ta'sir qiluvchi omillarni tahlil etish;
- moliyaviy tahlilni samarali o'tkazish uchun kerakli ma'lumotlarni oldindan tayyorlash va bu borada asosiy tasdiqlangan.

moliyaviy manhalar bilan cheklanmasdan birlamchi boshqarilgan hisobi ma'lumotlaridan foydalanish;

- moliyaviy tahlil obyektiv ravishda tashkil qilinib, u korxonaning moliyaviy holati real darajasini ifodalashi lozim;

- moliyaviy tahlil o'z vaqtida o'tkazilib, tahlil yakunlariga asoslanib, moliyaviy holatni yaxshilash choralari o'z vaqtida amalga oshirilishi imkon berishi;

- moliyaviy tahlil kompleks ravishda o'tkazilib, unda moliyaviy holatning hamma shakli va yo'nalishlari ifodalashi lozim;

- moliyaviy tahlil o'z vaqtida va taqsimiy bo'lib, u moliyaviy holatni ko'rishga bog'lanadigan tadbirlarni talab qilib, ularni amalga oshirilishi imkon berishi;

- moliyaviy holatni tahlil qilish shunday vaqtda o'tkazilishi lozimki, tahlil yakunlari qo'yilgan mas'ulni amalga oshirib, korxonada boshqaruvni takomillashtirish imkoniyatini ta'kidlashi lozim;

- moliyaviy tahlil har qanday yig'ilgan va umumlashtirilgan ma'lumotlarga asoslanib, kerakli ko'rsatkichlardan foydalanib, bu ko'rsatkichlarning asosligi ta'g'ir usullarda aniqlanishi lozim;

Ko'rinib turibdiki, moliyaviy tahlil ko'p qirrali murakkab va muhira halqonliq sababli u bir qancha talablarga asoslangan. Yuqorida ko'rilgan talablarga oid, moliyaviy tahlil korxonalarining moliyaviy holatini tahlil qilishda quyidagi vazifalarni bajarishga yo'naltirilishi kerak:

1. Korxonalarining moliyaviy darajasini baholash.

2. Moliyaviy holatning o'zgarishini aniqlash.

3. Moliyaviy holatga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni tahlil qilish.

4. Korxonalarda qo'lga kelinagan moliyaviy holat darajasini ifodalay, bu borada hali foydalanilmagan imkoniyatlarni, mavjud ssiratlarni ko'rsatib berish.

5. Korxonalarda hali foydalanilmagan imkoniyatlarni safarbar etish mas'ulida tavsiyalar, taktikalar ishlab chiqish va ularni amalga oshirish shart-sharoitlarini ko'rsatib berish.

Rejalaridigan vazifalar xavni ko'rsatayotgiki, moliyaviy holatni tahlil qilish korxonada shakllanayotgan boshqaruv tizimini takomillashtirishda katta ahamiyatga ega. Moliyaviy tahlil boshlanmasdan tahlilning obyektlari va predmetlari aniqlanishi lozim. Moliyaviy tahlilning asosiy obyekti, so'zdek subyektlari, alichida

korxonalar, tashkilotlar hisoblanadi. Lekin moliyaviy holat korxonalar guruhi, ishlab chiqarish tarmoqlari miqyosida ham aniqlanishi mumkin.

Moliyaviy tahlilning predmet korxonalar va tashkilotlarning moliyaviy faoliyati, ularning moliyaviy resurslaridan foydalanish jarayoni hisoblanadi. Moliyaviy tahlilning maqsadi va usulining yo'nalishini o'ziga olgan holda moliyaviy tahlil har xil shaklda bo'lishi mumkin; tarmoqlararo, tarmoqda, korxonalar miqyosida, joriy va hisobliq, tekshiruvda, tugallangan bo'lishi mumkin. Tarmoqlararo moliyaviy tahlilda tarmoqlararo iqtisodiy aloqalarni nazarda tutgan holda tahlil qilinayotgan korxonalarining moliyaviy holati o'rtacha tarmoq ko'rsatkichlari bilan solishtiriladi.

Tarmoq miqyosida o'tkazilayotgan moliyaviy tahlilda tahlil qilinayotgan korxonalarining moliyaviy ko'rsatkichlari shu tarmoqdagi boshqa korxonalar hamda ilg'or korxonalar ko'rsatkichlari bilan taqqoslanadi. Boshqa munosabatlari davrida butun korxonalar va tashkilotlar o'rtasidagi munosabatlar faoliyat olib borar ekan, moliyaviy tahlilning eng usuliy shakli shunda korxonalarining moliyaviy holatini tahlil qilish hisoblanadi.

Tugallangan moliyaviy tahlilda korxonalarining butun moliyaviy holati tahlil qilinadi, undan tashqari korxonalar moliyaviy holatining aksida yo'nalishlari, shakllari tahlil qilinishi mumkin.

Tekshiruv tahlil, korxonalar faoliyatida doimiy, uzluksiz bo'lishi kerak. Unda moliyaviy holatning alohida ko'rsatkichlari kuzatib boriladi va ularning o'zgarishiga qarab boshqaruv tadbirlari ishlab chiqilib amaldagi tadbirlar.

Joriy moliyaviy tahlil chorak va yarim yillik moliyaviy hisobotlar bo'yicha o'tkazilib, moliyaviy holatni yil davomida o'zgartirib, yaxshilab turish imkoniyatini beradi. Faoliyat ko'rsatayotgan har bir korxonalar o'z istiqboliga ega bo'lishi zarur, bu istiqbol tadbirlari esa korxonalar bo'yicha ishlab chiqilishi kerak. Shu munosabat bilan korxonalarining moliyaviy holati istiqbolini ham tahlil qilib turish kerak.

Moliyaviy tahlilning yo'natirilganligi nuqtayi nazardan moliyaviy tahlil quyidagi shakllarda o'tkazilishi mumkin:

- gorizontal tahlilda hisoblar davridagi moliyaviy holatni ifodalovchi ko'rsatkichlar o'tgan davr bilan taqqoslanadi, ya'ni bu ko'rsatkichlarning dinamikasi aniqlanadi;

- vertikal tahlilda moliyaviy holatga taalluqli bo'lgan ko'rsatkichlarning tarkibiy-tuzilishi o'rganiladi. Masalan, korxonalar mablag'larining yoki ulardan qo'llaydigan mablag'larining hisobot davridagi tarkibi va uning o'tgan davrga nisbatan o'zgarishi ifodalab beriladi;

- ushbu ko'rsatkichlar tahlilda moliyaviy holat ko'rsatkichlari o'rtasidagi aloqa o'rganiladi. Masalan, korxonalar mablag'larining va ularning manbalari o'rtasidagi aloqa, moliyaviy resurslar va ulardan foydalanish o'rtasidagi aloqa ifodalab beriladi;

- taqqoslash tahlilda korxonalar bo'yicha moliyaviy holatning ahvolda bo'linishlari moliyaviy holat bilan taqqoslanadi, bu korxonaning moliyaviy holati boshqa korxonalarining moliyaviy holati bilan solishtiriladi;

- o'zgarish tahlilda, pirovardida, korxonaning moliyaviy holatiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar tahlil etiladi.

Yuqorida ko'rsatilgan moliyaviy tahlilning shakllaridan, tashqari yana amaliyotda ichki va tashqi, moliyaviy va boshqartiruvchi ikki tahlil shakllari o'rinli bo'ladi.

Ikkki moliyaviy tahlil korxonalarining xodimlari tomonidan o'tkazilib, ular korxonalarining boshqaruv tizimini kelgusida takomillashtirish va moliyaviy holatini yaxshilash maqsadida o'tkaziladi.

Tashqi moliyaviy tahlil korxonalarining xodimlari tomonidan emas, balki organlar, tashkilotlar xodimlari tomonidan o'tkaziladi. Bu tahlil korxonalarining ilimiy bo'yicha yoki tashqi organ, tashkilot, korxonalar xodimlari tomonidan nazarat sifatida o'tkazilishi mumkin.

Bu korxonalariga o'tirish bilan moliyaviy va boshqaruvchi tahlildan keng foydalanilgan va bu tahlil shakllari katta ahamiyat kasb etyapti.

Moliyaviy tahlil - korxonalarining odatiy tarzidagi moliyaviy hisoblarining ma'lumotlariga asoslanib o'tkaziladigan tahlildir.

Yuqorida ta'kidlanganidek moliyaviy tahlilni korxonalarining xodimlari o'tkazishi mumkin, lekin moliyaviy hisobot odatiy bo'lganligi uchun bu tahlilni boshqa tashqi organlar, korxonalar va tashkilotlar — soliq, moliya, bank va boshqalar tomonidan o'tkaziladi harada korxonalarining moliyaviy holatiga havo beriladi.

Boshqaruv tahlil bevosita korxonalar tomonidan o'tkazilib, o'z ham o'chiq, ham yopiq hisoblar asoslanadi va bu tahlil yakunlari korxonalar rahbariyati tomonidan boshqaruvlikni takomillashtirish uchun foydalaniladi. Bu tahlilda yopiq ma'lumotlardan foydalanilganligi uchun bu tahlilni asosan tashqi korxonalar va organlar emas, bevosita korxonalar xodimlari olib boradilar, shu bilan bir vaqtning o'zida har bir korxonalar o'zining hisob xisoblariga ega. Shuningdek, uning faoliyatida tijorat sirlari bo'lib, ular moliyaviy hisob va hisobotida qatnash, boshqaruv hisob va hisobotida ifodalansin.

Moliyaviy va boshqaruv tahlil shakllari bir-birini inkor qilmaydi, ular o'zaro bilan bog'liq, lekin bajariladigan vazifalari va xususiyatlari farqli.

Moliyaviy tahlil quyidagi xususiyatlarga ega:

- moliyaviy tahlilning yakunlari o'chiq bo'lib, ulardan hamma foydalanishi mumkin;

- moliyaviy tahlilning subyektlari va bu tahlilning yakunlaridan foydalanuvchi organ, korxonalar, tashkilotlar tarkibi keng;

- moliyaviy tahlil hamma uchun mo'ljallangan, nashr etilgan hisobot ma'lumotlariga asoslanadi;

- moliyaviy tahlil korxonalar (shu) boshqaruv muammolarini yechish uchun o'tkaziladi;

- moliyaviy tahlilning yo'nalishi moliyaviy hisobot ma'lumotlari bilan cheklangan bo'lib, unda chegaralangan aniq bir vazifalar yechiladi. Bu moliyaviy muvofiqlik, balans likvidligi, foyda, rentabellik darajasi va boshqalardir.

O'z navbatida boshqaruv tahlil quyidagi xususiyatlar bilan ifodalansin:

1) korxonalar tijorat sirlarini saqlash maqsadida boshqaruvlik tahlilning yopiqligi;

2) boshqaruv tahlil o'tkazilganda foydalanadigan ma'lumotlar tarkibi chegaralanmaydi. Bu tahlilda o'chiq moliyaviy hisobot ma'lumotlaridan tashqari, birlamchi buxgaheriyalar hisobi ma'lumotlari, maxsus tashkil qilib yig'ilgan ma'lumotlaridan foydalaniladi;

3) boshqaruv tahlilida tahlil yo'nalishlari, foydalanilayotgan ko'rsatkichlar, bajariladigan vazifalar chegaralanmaydi;



4) boshqaruvi tahlilining yakunlari ichki maqsadlar bo'yi  
maliyaviy holatni yaxshilash uchun foydalaniladi.

Ko'rinib turibdiki, korxonalarimiz maliyaviy holatini tahlil qilish  
keng miqyasda va aniq vazifalarni bajarish uchun o'tkaziladi. Korxo-  
nalarni ishlash chiqarish, xo'jalik faoliyatining maliyaviy holatini tahlil  
qilish uchun an'anaviy, qadimdan qo'llanib kelinayotgan usullar bilan  
birga, keng tarqda statistika usullari, maliyaviy holatni ifodalovchi  
ma'lumotlarni yig'ish va umumlashtirish, statistik kuzatishlarni  
o'tkazish, mulliq, nisbiy, o'tsacha, o'zgarish ko'rsatkichlardan foydala-  
nib, dincanak qatorlardan, iqtisodiy indekslar tizimidan, omillararo  
korrelyatsiya aloqalarini aniqlash, jadval va chizma tizimidan  
foydalanib ko'zini.

Umuman tahlil qilish usullari, ayiqqa, maliyaviy holatni tahlil  
qilish usullari bozor munosabatlariga o'tish bilan yanada  
takomillashdirish, korxonalararo taqqoslash, muqobatchi va ilg'or  
korxonalar bilan taqqoslash hamda korxonalarimiz istiqbol maliyaviy  
holatini tahlil qilish usullari zama ahaviyatga ega bo'lib qoladi.

Maliyaviy tahlil ko'p qirrali murakkab ish bo'lib, u o'z ichiga  
korxonalarda shakllangan maliyaviy holatni, uning a'lbida yo'nalish  
bu'yicha maliyaviy holatni aniqlovchi shart-sharoit, omillarni, korxo-  
nalar maliyaviy holatini kelgusida katarish imkoniyatlarini,  
axiralarini, yo'nalishlarini tahlil qilishni o'zida. Demak, maliyaviy  
tahlilni har imkonolama tayyorlab, so'ng o'tkazish lozim. Shu sababli  
maliyaviy tahlilni tayyorlash va o'tkazish bir qancha bosqichlarni  
o'ziga olib, ular quyidagilardan iborat:

- maliyaviy tahlilni o'tkazishning ilochi dasiaroni tuzish. Hasterda  
tahlilning maqsadi va vazifalari aniqlanadi;
- tahlilni o'tkazish uchun zarur shart-sharoit, omillarni, korxo-  
nalar maliyaviy holatini kelgusida katarish imkoniyatlarini,  
axiralarini, yo'nalishlarini tahlil qilishni o'zida;
- tahlil uchun foydalar keladigan iqtisodiy ma'lumotlarni ko'pish;
- maliyaviy tahlilni foydalanadigan ko'rsatkichlar tizimini  
aniqlash;
- maliyaviy tahlil ko'rsatkichlarini hisoblash usullarini aniqlash;
- tahlilni foydalanadigan ko'rsatkichlarni hisoblash va ularni  
umumlashtirish;
- tahlil yakunlarini jadvallar va chizmalarda shakllantirish;

- moliyaviy tahlil natijasida xotima tayyorlab, unda tahlil yakunlari bo'yicha xulosalar chiqarib, kelgusida korxonaning moliyaviy holatini ko'tarishga bag'ishlangan tavsiyalar ishlab chiqish;

- moliyaviy tahlil yakunlarini maxsus yig'ilishda muhokama qilish;

- tahlil yakunlari bo'yicha muhokama natijalarini o'tiborga olib, korxonaning moliyaviy holatini ko'tarish maqsadida boshqaruv tizimini takomillashtirishga bag'ishlangan tadbirlar ishlab chiqib, ularni korxona rahbariyatining maxsus qarorida ifodalash.

O'qintilayotgan moliyaviy tahlilning darajasi va mazmuni foydalanilayotgan ma'lumotlar bazasiga bog'liq iqtisodiy fardlarning rivojlanishi, buqalteriya hisobi va hisobotlarning takomillashirilishi bilan ma'lumotlar bazasi ham takomillashib boradi. Demak, foydalaniladigan ma'lumotlar moliyaviy tahlilning marabaoi bo'lib hisoblanadi. Bunday ma'lumotlar sifatida korxonalarimiz yillik va boshqa hisoblarini ko'rish mumkin.

## **8.2. Tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko'rsatkichlar**

Korxonalarimiz moliyaviy faoliyati ularning davlat, boshqa korxonalar, tashkilotlar va shaxsalar bilan o'zaro munosabatini tartibga solish bilan bog'liq pul hisob kitoblarini ifodalaydi.

Korxonalarimiz ish faoliyati uning moliyaviy holati bilan chambarchas bog'langanidir. Moliyaviy holat korxonaning har qanday faoliyatining natijalarini aks ettiradi va rejada belgilangan ishning bajarilishiga ta'sir ko'rsatadi. Hozir bu kichik korxonaning moliyaviy xo'jalik faoliyati to'g'ri olib borilishi ruxim ahamiyat kasb etadi.

Korxonalar faoliyatining moliyaviy natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlardan asosiyi foydadir. Korxonalar foydasining turlari quyidagilardan iborat:

1) mahsulotlar sotishdan toshiga yalpi foyda (YAF). Bu sotishdan toshiga bel toshum (ST) va sotilgan mahsulotning tomoshi (MT) o'rtasidagi farqdan iborat, ya'ni

$$YAF = ST - MT;$$

b) asosiy ishlab chiqarish faoliyatidan tushgan foyda (ICHF). Bu ma'lum davr ichida mahsulotlar sotisidan tushgan yulpi foyda (YAF) va xarajalar (Aharaj.) o'rtasidagi farq va plus boshqa asosiy faoliyat sohasini daromadlari (Dar.) yoki kamomadlari (Bkam.) ayirmasidan iborat, ya'ni:

$$ICHF = YAF - Aharaj. + Dar. - Bkam.$$

d) umumiy xo'jalik faoliyatidagi foyda (UXF). Bu algebraik ifodalar yig'indisi tarzida ifodalanadi: asosiy faoliyatidagi foyda (AFF) plus dividendlar (DD) va tozalar bo'yicha daromadlar (FD) plus (yoki minus) chet el valutalari bo'yicha operatsiyalaridan olingan daromadlar (yoki kamomadlar) (CHEV) plus (yoki minus) qimmatbaho qog'ozlarni qayta baholashdagi daromadlar (yoki kamomadlar) (KKKB) minus tozalar bo'yicha xarajatlardan (TX) iborat, ya'ni:

$$UXF = AFF + DD + FD + CHEV \pm KKKB - TX;$$

e) soliq to'lovlariga bo'lgan foyda (SF). Bu ko'rsatkich ham algebraik ifodalar yig'indisi tarzida ifodalanib, umumiy xo'jalik faoliyatidagi foyda (UXF) va tasodifiy (ko'ada kutilmagun) foyda yoki kamomadlar (TRK) saldosidan iborat, ya'ni:

$$SF = UXF \pm TRK;$$

g) yillik sof foyda (YSF). Bu barcha soliqlarni to'lab bo'lgandan so'ng korxonani hisobiga qoladigan daromad, ya'ni soliq to'lovlariga bo'lgan foydadan (SF), daromad yoki foyda solig'ini (FS) hamda boshqa soliqlar yoki to'lovlarni (BS) o'lib tashlangandan keyin qolgan qismidir, ya'ni:

$$YSF = SF - FS - BS.$$

Korxonalarining xo'jalik faoliyatini yuritishi davomida kelib chiqadigan xarajalar o'z xususiyatlariga ko'ra quyidagicha tasniflanadi:

**Mahsulotlarning ishlab chiqarish tamarxi:**

- a) to'g'ri va egrilgan moddiy xarajatlilar;
- b) to'g'ri va egrilgan mehnat xarajatlilar;
- d) boshqa to'g'ri va egrilgan xarajatlilar.

**Mu'ammolardagi xarajatlilar:**

- a) sotish bilan bog'liq xarajatlilar;
- b) boshqarish bilan bog'liq xarajatlilar (mud'irlik xarajatlilar);
- d) boshqa jarayonlar bilan bog'liq xarajatlilar.

**Moliyaviy faoliyat bilan bog'liq xarajatlilar:**

- a) fuqaralar bo'yicha xarajatlilar;
- b) xorijiy valiyatlar bilan bog'liq operatsiyalarda kurslarning salbiy farqi;
- d) qimmatbaho qog'ozlarni qayta baholashi;
- e) moliyaviy faoliyat bilan bog'liq boshqa xarajatlilar.

**Tasodifiy xarajatlilar (tahliiy natijalarda kelib chiqadigan xarajatlilar).**

Kurxovalarning xo'jalik faoliyatining yuritilishi davomida kelib chiqadigan daromadlarni o'z xususiyatlariga ko'ra quyidagicha guruhlantiradi va u hisoblarda quyidagi asosiy bo'limlar bo'yicha aks etadi:

- sotishdan tushgan sol tushumlari;
- asosiy faoliyat sahalaridagi boshqa daromadlar (operatsion daromadlar);
- moliyaviy faoliyat sahalaridagi daromadlar;
- tasodifiy daromadlar.

Sotishdan tushgan sol tushumlari tashkilotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumlardan qo'shimcha qiymat solig'i, aksiz solig'i, eksport solig'i (sotib oluvchi tomonidan baholadigan ayrim shartlar) va boshqa to'lov haqida ajratimlarni olib tashlagandan keyin qolgan qiymat sifatida hisoblanadi.

Kurxovalarning eksport faoliyati bilan bog'liq operatsiyalardan tushgan foyda va daromadlarni hisoblash, mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumlar hajmini aniqlash kabi belgilangan tadbirlar amalga oshiriladi.

Asosiy faoliyat sahalaridagi boshqa daromadlar (operatsion daromadlar) hisob bo'limining «Boshqa daromadlar va tushumlar» moduliida ko'rsatiladi.

Ushbu daromadlarga:

- xo'jalik shartnomalar shartlarini buzganlik uchun turli xildagi sanksiyalar, jarimalar, penyalar, shuningdek keltirilgan zarar va kamomadlarni to'plash;

- hisobot yilida, o'tgan yildagi daromadlar va foydalarni hisoblash natijasida topilgan summa;

- mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotish yoki ishlab chiqarish jarayonlari bilan bog'liq ho'limgan boshqa daromadlar, ya'ni rent va daromadlari, xizmat ko'rsatish tarmoqlaridan olingan daromadlar, korxonamizdagi ushuvlar va kafalar hisobida kelib tushadigan ushuvlar;

- asosiy fondlar va korxonamizning boshqa mol-mulklarining faoliyatidan kelib tushadigan moliyaviy daromadlar kiradi.

Moliyaviy faoliyat sohasidagi daromadlar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- reyalti (lisensiya bitimida ko'rsatilgan narsadan foydalanish huquqi uchun sotuvchiga vaqt-vaqti bilan pul o'tkazib turishi va transfer qoplashning nomi yozilgan qimmatbaho qog'ozlarni bir kishi nomidan boshqa kishiga o'tkazishi kapitallarini to'plash;

- korxonamizda faoliyat ko'rsatayotgan tarmoqlarning qimmatbaho qog'ozlarga qo'shilgan ulushlaridan kelib tushadigan dividendlar hisobidagi daromadlar;

- valuta ulushlari bo'yicha kurlar farqlarining ijobiy saldolari;

- shu bilan korxonamizning o'zlariga qog'ozlarga sarlangan mablag'larini qayta baholash hisobidan kelib tushadigan foydalar va boshqalar.

Tasodifiy foyda yoki daromadlar xo'jalik faoliyatini yuritish davomida ko'zda tutilmagan tasodiflar, hodisalar, o'lib-otgan o'limning jarayonlar va voqealar to'layb va juftga keladigan daromadlardir. Bunday, asosiy faoliyat yuritish davomida ifodalangan hisobotlarda aks etgan boshqa daromadlar bo'lini mudossida, daromadlar ko'rilmaydi.

Xo'jalik faoliyatini yuritish davomida korxonalar o'z mablag'larini darajasini aniqlash va nazorat qilish usulini o'ziga tutadi. Chunki nazariy javobgarlik, tuzilgan korxonalar va shartnomalar asosida kelib chiqadigan e'zara kelishimvchi ikita yoki mutazammalar mana shu mullikka ho'limgan egalik huquqlari bo'yicha kafolatlanadi.

Mulkiy javobgarlik, mulk shaklidan qariyb nazar faqat korxonaning o'z mablag'lariga qo'yilishi ma'raki. O'z mablag'larining miqdori baxgalariya halansi ma'lumotlariga asosan aniqlanadi.

### 8.3. O'zbekiston Respublikasida moliyaviy tahlil uslubining ishlab chiqilishi

Korxonalarining umumiy iqtisodiy, xo'jalik faoliyatini, jumladan, moliyaviy faoliyatini tahlil qilish maqsadlari odatda ikki yo'nalishda olin boriladi:

Birinchidan, ilmiy-tadqiqot ishlari olib borilib, maqolalar, qo'llanmalar, monografiyalar chop etiladi.

Ikkinchidan, moliya vazirligi va korxonalarining moliyaviy faoliyatidan ma'lumotlar bo'lgan hushan organ, tashkilotlar tomonidan moliyaviy tahlilning ma'vuriy asoslari, uslubiy ko'rsatmalari harpo etiladi.

Bu odat hozirgi paytda bsa respublikada davom etayapti. Ilmiy-tadqiqot ishlari hajariyapti, ma'vuriy hujjatlar ishlab chiqilyapti. Bu ishlar bozer munoshatlariga moslangan ovishda respublikada boshlangan bo'lsada, lekin hajarigan ishlardan moliya tahlil uslubini hali batafsil shaklangan deb ho'maydi.

Toshkent Moliya instituti tahlil kafedrasining mudiri iqtisod fanlari nomzodi, dotsent Akramjon Ibrahimovning o'zbek tilida chop etilgan «Moliyaviy tahlil nomli risolasida moliyaviy tahlilni o'tkazish uchun quyidagi ko'rsatkichlar mas'ifi tavsiya etilgan:

1. Korxonaning moliyaviy faoliyati tahlili: balans tahlili, mulk tarkibi tahlili; korxonalar mablag'larining manbalari tahlili, moliyaviy mustahkamlik tahlili; qarzlarni qaytib berish qadrlarining tahlili; korxonalar mablag'leri harakati tahlili.

2. Korxonalar moliyaviy faoliyati yakunlari tahlili: haromadagi foydaning tarisibiy va dinamik tahlili; mahsulot realizatsiyasidan olingan foyda va unga ta'sir ko'rsatuvchi omillar tahlili; korxonaning haroq daromadlari va xarajatlari tahlili; korxonaning yalpi va so'f foydasi tahlili; korxonalar rentabelligi va unga ta'sir ko'rsatuvchi omillar tahlili; korxonalar foydasining taqsimlanishi tahlili. Ko'rinib turibdiki, yuqorida keltirilgan ko'rsatkichlar asosida korxonalar moliyaviy holatining

balans va'nalishlari shakllari ifodalangan emas. Masalan, balans likvidligi va hokazo.

1995-yili Moliya vazirligi tomonidan har oyda chop etiladigan «O'zbekiston Respublikasi moliyaviy qonunlari» to'plamida A.N. Li va S.I. Shevchenkolarning «Korxonalar moliyaviy tahlilining asosiy turlari» nomli maqolalarida moliyaviy tahlil uchun quyidagi ko'rsatkichlar bilan foydalanish tavsiya etilgan:

1. Moliyaviy holatni umumiy baholash.

2. Moliyaviy barqarorlikni (mashtabkamlikni) tahlil etish koefitsiyentlari, likvidlik koefitsiyentlari, korxonaga kapitalning faktaviy koefitsiyentlari, moliyaviy mashtabkamlikni baholash koefitsiyentlari.

3. Korxonalar faoliyati samaradorligining tahlili ko'rsatkichlari: maqbul samaradorligi, vertikallik koefitsiyentlari, bazorga oid o'zgaruvchanlik koefitsiyentlari, korxonalarining potentsial ko'rsatkichlari, ishlab chiqarish-aktivlik koefitsiyentlari bo'yida korxonalar o'zaro taqqoslashga foydalanishga ta'sir etuvchi omillar tahlili.

Mualliflar tavsiyalarida moliyaviy holatning mashtabkamlikni barqarorlik bilan, moliyaviy mashtabkamlikni balans likvidligi bilan aniqlashga va korxonalarining moliyaviy faoliyatini haritashtalilari emas, bir qism shakllari, yo'nalishlari ifodalangan.

Moliyaviy tahlil muammolari bo'yicha respublikada ko'zga ko'ringan iqtisodchi olimlardan, Samarqand kooperativ instituti professori, iqtisod fanlari doktori I.T. Abduraimovning ham rus, ham o'zbek tilida chop etilgan «Moliyaviy hisobotni qanday o'qish va tahlil qilish» kabi nomli monografiyasida moliyaviy tahlil quyidagi ikki bosqichda amalga oshiriladi:

1. Moliyaviy hisobot, uning tavsifi. Bu bosqichda moliyaviy hisobotning mazmuni, mazmuni, tarkibi quyiladi, buxgalteriya halarini moliyaviy tahlilning asosiy manbai sifatida ifodalaydi, buxgalteriya balansining boshqa moliyaviy hisobot shakllari bilan aloqalar yoritilgan va buxgalteriya balansini haqiqiylikni va balansni tahlil qilishga tayyorlash mazmuni ta'kidlanadi.

2. Moliyaviy hisobotni tahlil qilish yoritilgan. Bu bosqichda boshqa muammolari davrida moliyaviy tahlilning tuzilgan o'rni, korxonaga balansning tarkibini tahlil qilish, korxonaga mablag'larining holati va foydalanish darajasi tahlili, korxonaga mablag'larining manba'ini tahlili, qarzlarni

qaytib berish qadri, moliyaviy mustahkamlik, debitorlik, kreditorlik qarzlarni ta'hd qilish, shaxsni balansini tuzish muammolari, korxonalar faoliyati moliyaviy yekunlarini tahlil qilish masalalari kiritilgan.

Muallif tavsiyalarida bazar munosabatlari talablari kengroq o'tibora olingan va moliyaviy tahlil ketma-ket o'zlashtirilib ifodalangan.

O'zbekiston Respublikasi yosh iqtisodchi olimlaridan iqtisod fanlari nomzodlari M.K. Pardayev, R.T. Ismoilovlar 1990-yili «Moliyaviy tahlil» nomli uslubiy ko'rsatmalar va tavsiyalar albomini chop etdilar. Bu to'plamga uch qismdan iborat.

Birinchi qism, «Moliyaviy tahlilning nazariy asosida moliyaviy tahlilning mazmuni, takerri, shakllari va maqsadi ko'rilgan.

Ikkinchi qism, «Korxonalar moliyaviy holatining tahlilida korxonalarining iqtisodiy salohiyatini baholash va tahlil qilish, korxonalar mahlag'larining ahvolda turlari tahlili, korxonalarining o'zlik va boshqarilish olingan mahlag'lar tahlili, korxonalar baxsharorligi, firdodiligi, moliyaviy mustahkamligini, bankrotlikni va bazar faoliyatining tahlil qilish ko'rsatkichlari ko'rilgan.

Uchinchi qism, «Moliyaviy natijalar tahlilida moliyaviy yekunlar tahlili, korxonalar foyda tahlili, rentabellikni, savdo, aksiyadorlik jamiyatlarida foyda va zararbellik ko'rsatkichlari tahlil etilgan.

Quyidagilarda berilgan uslubiy ko'rsatkichlar bo'yicha moliyaviy tahlilni foydalanshgan ko'rsatkichlarning va ularga ta'sir ko'rsatuvchi omillarning tasnifi, ko'rsatkichlarni aniqlash usullari, ularni natijalarni olingan jadvallarda ifodalashni yaqqol ko'rsatib berilgan.

Respublikada moliyaviy tahlil usulini shakllanishida kerakli uslubiy-ma'yariv materiallarni tayyorlash ham o'z o'rnini topgan. Bu borada O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi tomonidan kerakli materiallar ishlab chiqarilganida, Yuqorida aytilganidek, O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi o'z buyrug'i bilan 1997-yil 15-yanvarda yangi moliyaviy hisobot tizimini tasdiqladi, 1998-yil 26-iyulda qabul qilingan buyrug'iga hincan korxonalar balansiga ilova qilib «Moliya-iqtisodiyot holati ta'g'irida ma'lumotnomalarni ta'ldirish buyur-nomasi tasdiqlandi.

1997-yil 17-aprelda Korxonalar bankrot va amatsiya masalalari bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Hukumat komissiyasi tomonidan



«Korxonaning moliyaviy tahlili ha'yicha uslubiy tavsiyalarni qabul qilinish, unda quyidagi moliyaviy tahlil shakllari o'tkazilishi ko'zda tutilgan:

1. Moliyaviy holatning tahlili — balans vakolatli darsanikasini, balans passivlari tarkibini, asosiy vositalar va aylanmada hisshqati aktivlar va moliyaviy natijalar tahlili.

2. Moliyaviy mustahkamlikning tahlili - zaxira va xarajotlarni shakllantirish ma'balari bilan ta'minlanganligi, moliyaviy mustaqillik ko'effitsiyentlari, o'z va qo'zg'a olingan mablag'larining o'rtasidagi nisbat, zaxira va xarajotlarni o'z manbalari bilan ta'minlanganligi, qo'zg'adan qaytib borishga qodirlik ko'effitsiyenti.

3. Korxonaning iqtisodiy holati tahlili - qarzlarini qaytarib berish qobiliyatini oiktash ko'effitsiyenti, faoliyatini unamovrlash ko'effitsiyenti, korxonaning ishlab chiqarish mel-mulkini rent qiyasati ko'effitsiyenti.

4. Korxonaning rentabelligi tahlili - mahsulotlarni realizatsiya qilishning real ko'effitsiyenti, asosiy vositalarning rentabellik ko'effitsiyenti, pomsanooi kapitalning rentabellik ko'effitsiyenti, kapitalning umumiy oylanishining rentabellik ko'effitsiyenti.

Bu uslubiy ko'rsatkichlarda korxonalar moliyaviy faoliyatining shakllari, yo'nalishlari to'liq ravisida o'z didosini to'rtmagan.

D'zbekiston Respublikasi Davlat mel-mulk go'mitasi tarafidan 1995-yili tasdiqlangan «Korxonalar moliyaviy holatining tahliliy tahlilida moliyaviy holat quyidagi yo'nalishlarda tahlil qilinishi tavsiya etilgan:

1. Moliyaviy holatni umumiy baholash, balans va unamovrlash darsanikasi, korxonalar mablag'leri va ularning manbalari ko'rsatkichlari.

2. Korxonaning moliyaviy mustahkamligi tahlili — moliyaviy mustahkamlikning ma'loq, ma'yociy, nams'yoriy va haqiroz shakl dagi ko'rsatkichlari, korxonaning o'zlar va qo'zg'a olingan mablag'leri o'rtasidagi nisbat, tashqaridan olingan qarzlarini unamovrlash ko'effitsiyenti, o'z mablag'larining unamovrlash ko'effitsiyenti, asosiy vositalar va moddiy aylanma mablag'lar qiyomatining reallik ko'effitsiyenti.

3. Korxonalar tomonidan olingan qarzlarini qaytarishi qodiri (likvidlik) ko'rsatkichlari — balans likvidligining ma'loq, o'tirish va unamovrlash ko'effitsiyentlari, sof foyda ko'effitsiyenti.

Bu yerda ham tavsiya etilgan moliyaviy holatni ifodalovchi ko'rsatkichlar to'laq emas.

O'zbekiston Respublikasi Davlat mol-mulk qo'mitasi qoshida tashkil etilgan korxonalarning iqtisodiy muvottik masalalari bo'yicha qo'mitaning 1997 yilda tashqilagan «Qishloq xo'jalik korxonalari moliyaviy holatini tahlil qilishning uslubiy tavsiyalarida quyidagi ko'rsatkichlarda foydalanilgan:

1. Moliyaviy holatni tahlili — balansiing aktiv va passiv tomondagi ma'lumotlar tahlili.

2. Moliyaviy mustahkamlik tahlili — moliyaviy mustahkamlikning mulluq, me'yoriy, nome'yoriy va inqiroz darajadagi ko'rsatkichlari.

3. Moliyaviy ko'rsatkichlar tahlili — qarzlarni qaytarish esdri, o'zlik va qarzga olingan mablag'lar o'ttasidagi nisbat, moliyaviy mustahkamlik ko'rsatkichlari, o'z aylama mablag'larini bilan ta'minlanganlik ko'rsatkichlari.

4. Moliyaviy yakunlar tahlili — mulluq va korxon aktivlari rentabelligi.

O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi tomondan moliyaviy hisobotni tayyorlar va topshirish konseptual asoslari tashqilandi, respublikada moliyaviy tahlilga taalluqli bo'lgan milliy andozalardan «Hisob siyosati va moliyaviy hisobot», «Asosiy xo'jalik faoliyatidan daromadlar», «Moliyaviy natijalar to'g'risida hisobot» va boshqa me'yoriy materiallar qabul qilindi. 1999-yil 27-iyulda O'zbekiston Respublikasi Makroiqtisodiyot va statistika vazirligi qoshidagi korxonalarning iqtisodiy holatsizligi masalalari bo'yicha qo'mita tomondan «Korxonalarning iqtisodiy muvottikligini aniqlash mezonlari tizimi» tashqilandi.

Yuqorida ko'rilgan me'yoriy, uslubiy ko'rsatkichlar bozor munosabatlarning talablariga javoban ishlab chiqildi. Ular korxonalarni moliyaviy faoliyatini tahlil qilish uslublarini shakllanishida, albatta, katta ahamiyatga ega. Lekin respublika miqyasida bu ishlarini muvottiklashtirilmaganligi sababli moliyaviy tahlil masalalarini ishlab chiqishda, taqqiqat ishlarini olib borishda yetkilangan masalalar, o'zaro kelishmovchiliklar hali kam emas. Bu masalalarni muvottiklashtirish, aniq nazorat o'tkazish Respublika Moliya vazirligi tomondan amalga oshirilgan maqsadga muvottiq bo'lar

edi. Chunki, bu borada Moliya vazirligi tomonidan bir qancha tadbirlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, vazirlik tomonidan har oyda «O'zbekiston Respublikasi moliyaviy qonunlar» nomi bilan materiallar to'plami chop etilmoqda. 1995 yil bu to'plamga 3-ilova sifatida «Moliyaviy hisob va hisobotning asosiy shakllari va ko'rsatkichlari ha'yicha eslatma» chiqarildi. Bu eslatma moliyaviy hisob va hisobot mazmuni bilan birga moliyaviy tablida quyidagi ko'rsatkichlardan foydalanish tavsiya etilgan:

1. Likvidlik ko'effitsiyentlari: joriy likvidlik; shoshilinch likvidlik; muftaq likvidlik; so'f aylantirish mablag'lar.

2. Ishchanlik-aktivlik ko'effitsiyentlari: aktivlarning aylanib turishi; debitorlik qarzlarning aylanib turishi; kreditorlik qarzlarni aylanib turishi; moddiy ishlab chiqarish xarakteridagi aylanib turishi; operatsion sikl muddati.

3. Rentabellik ko'effitsiyentlari: aktivlar rentabelligi; realizatsiya rentabelligi; o'zlashtirish rentabelligi; bir aksiyaning; foydaliigi.

4. Kapitalning tarkibiy ko'effitsiyentlari: moliyaviy nomustaqillik ko'effitsiyenti; mulk ko'effitsiyenti; kreditorlarni himoyalash ko'effitsiyenti;

5. Bozor-aktivlik ko'effitsiyentlari: usuz-foyda nisbati; aksiyaning demomastligi; aksiyaning balansdagi narxi; tuzilgan dividendlarning talmoz'i.

1996-yil «O'zbekiston Respublikasi moliyaviy qonunlar» to'plamining 3-ilovasiida davlat tasarrufidan chiqarilgan boshqa mulk shakllariga aylantirilgan korxonalar ixtisariyatga loyihalari va kredit resurslarini ulash uchun biznes rejalar tuzish to'g'risidagi tavsiyalar chop etilgan. Bu tavsiyalar korxonalarining moliyaviy holatini ta'lim olish maqsadida quyidagi moliyaviy ko'effitsiyentlar ta'diqlangan:

- joriy likvidlik ko'effitsiyenti;
- moliyaviy nomustaqillik ko'effitsiyenti;
- mulk mustaqillik ko'effitsiyenti;
- moliyaviy rentabellik ko'effitsiyenti;
- muvofiqlik ko'effitsiyenti;
- usuziy fondlarni tiklash ko'effitsiyenti;
- aktivlar rentabelligi;
- realizatsiya rentabelligi.

O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi materiallaridan ko'rib chiqilgan, ishlab chiqarilgan tavsiyalarda bozor munosabatlarining talablari e'tiborga olingan. Demak, respublikada korxonalar moliyaviy holatini tahlil qilishning ham nazariy, ham amaliy usuliy muammolari bo'yicha bir qancha ilmiy tadqiqot va ma'ruziy materiallarni tayyorlash bo'yicha zaruriy ishlar amalga oshirilayotgan. Lekin respublikada shakllanayotgan moliya tahlili ustabi hali to'liq bozor munosabatlarining talablariga javob bermaydi.

Yuqorida tahlil qilingan, umumlashtirilgan, respublikada mavjud iqtisodiy ahaliyot va ishlab chiqilgan ma'ruziy materiallar bizni quyidagi xulosalarga olib ketadi:

- korxonalar moliyaviy holatini tahlil qilish bo'yicha bajarilgan ishlarida har xil yo'nalishlar tavsiya etilgan;

- moliyaviy tahlilni o'tkazish uchun organ va tashkilotlar har xil shaklda bo'lgan ko'rsatkichlarni tavsiya etganlar;

- ko'p qilingan tavsiyalarda korxonalar moliyaviy holatini ifodalovchi moliyaviy ko'rsatkichlar bilan birga moliyaviy holatga aloqasi bo'lmagan ko'rsatkichlar ham foydalanilgan;

- tavsiya etilgan ko'rsatkichlar tizimida, tahlil etish bosqichlarida hammasi vaqt ham asoslangan ketma-ketlik talablari e'tiborga olinmagan;

- korxonalar moliyaviy holati tahlili va korxonalar moliyaviy holatining iqtisodiy holatlariz yoki iqtisodiy holatining qo'riqarsizligi alohida ko'rilgan, yo'qilgan.

Bu xulosalar shuni ta'kidlaydiki, respublikada moliyaviy tahlil muammosini ham nazariy, ham amaliy nuqtayi nazardan yana tadqiq etilishi maqsadga muvofiqdir.

Ekinimizcha bu borada kerakli ishlarni davom ettirishda, bajarishda quyidagi tamoyillarga e'tibor berish lozim:

1. Moliyaviy tahlilda hisob va hisobot tizimini bozor munosabatlariga moslashtirishni, ularni xalqaro andozalarga o'tkazishni e'tiborga olish, chunki bu ishlar moliyaviy tahlil asbobot manbalarini boyitadi va foydalanilayotgan ko'rsatkichlar tarkibini o'zgartiradi.

2. O'zlashtirilgan moliyaviy tahlil respublikada amalga oshirilayotgan iqtisodiy siyosatga ho'ysundirgan, respublikada iqtisodiy yo'nalish, bozor iqtisodiyotini shakllanishiga yordam berishi kerak.

3. Respublikada bozor munosabatlari tobora shakllanib borar ekan, moliyaviy tahlil usuli ham tobora takomillashib barchasi lozim.

4. Respublikada bozor munosabatlari shakllanib borar ekan, korxonalararo raqobat munosabatlari ham rivojlanib boradi. Demak, moliyaviy tahlilda tahlil qilinayotgan korxonaning moliyaviy faoliyati boshqa korxonalar, ayniqsa, raqobatdagi korxonalar moliyaviy holati bilan hammasi vaqt muqosmasi taqilishi lozim.

5. Albatta, moliyaviy tahlilning maqsadi korxonalarining moliyaviy faoliyatini yaxshilashdan iborat ekan, moliyaviy tahlil barchasi vaqt, demak, kerakli tavsiya va taktikalar bilan yakunlanishi maqsadga muvofiq.

6. Bozor munosabatlari shakllanishi davrida korxonalar va umumiy xalq xo'jaligining boshqaruv tizimi yangidan berpo etilishi lozim. Moliyaviy tahlil korxonalarida boshqaruv tizimini takomillashtirishda asosiy qurollardan, omillardan biriga aylanishi kerak.

Kelgisi hollarda xorijiy mamlakatlarining moliyaviy tahlilini o'tkazish tajribasidan foydalanib, respublikada shakllanayotgan moliyaviy tahlil usuliga asoslanib, bozor munosabatlari davrida moliyaviy tahlil oldirga qo'yilgan vazifalarni o'tiborga olib, korxonalar moliyaviy faoliyatini kompleks ravishda tahlil etish usullari qurilgan.

Shu maqsadda moliyaviy tahlilni quyidagi bosqichlarda o'tkazish zarur:

- korxonalarining moliyaviy faoliyatini umumiy baholashi;
- korxonalarining moliyaviy mustahkamligi tahlili;
- buxgalteriya barchasining likvidlik tahlili;
- aylanma mablag'larning aylanib turishi va korxonalarining moliyaviy holati;
- mablag'larning tannarxi va korxonalarining moliyaviy holati.

#### **8.4. Tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy mustahkamligi hamda ular faoliyatining moliyaviy natijalari tahlili**

Korxonalar moliyaviy holatini umumiy baholashdan keyin moliyaviy tahlil bosqichi korxonalarining moliyaviy mustahkamligi tahlili hisoblanadi. Moliyaviy mustahkamligi tahlil qilishda o'zida moliyaviy mustahkamlikning asosiy to'g'risida kelishib olishimiz lozim.

Iqtisodiy adabiyotda moliyaviy mustahkamlikka va balans likvidligiga bir xil ta'rif beriladi va aniqlanayotgan ko'rsatkichni yoki moliyaviy mustahkamlik yoki balans likvidligi, ya'ni korxonalarining olingan qarzlarni qaytarib berish qobiliyatiga egalik deb tushuniladi. Moliyaviy mustahkamlik va balans likvidligi — bu o'z mazmuniga ega bo'lgan ikki xil moliyaviy ko'rsatkichlar bo'lib, korxonalar moliyaviy faoliyatini har xil nuqtayi nazardan ifodalaydi.

Moliyaviy mustahkamlik ko'rsatkichi kompleks sifatidagi ko'rsatkich bo'lib, u:

- korxonalarining murakkab bozor munosabatlari davrida ishlab chiqarishni saqlash qobiliyatini;
- korxonalarining ma'lum darajada erkin ravishda foydalanish imkoniyati borligini;
- ishlab chiqarishni to'xtatmasdan, mahsulot sotish imkoniyati borligini;
- korxonalar faoliyatining muvofiq mustahkamligini;
- korxonalar faoliyatiga turli boshqaruvlik qilinayotganligini;
- korxonalarda mavjud moliyaviy resurslarni bozor munosabatlarning talablariga javob berishligini;
- korxonalarining xazina va xarajatlarga bo'lgan ehtiyojlarini qoplovchi manbalari borligi darajasini ko'rsatadi.

Demak, moliyaviy mustahkamlik korxonalar moliyaviy resurslarining shaxslanishi va alardan foydalanish bilan aniqlanadi. Moliyaviy mustahkamlikka korxonalarining barcha ko'jalik ishlab chiqarish faoliyatining hammasi yo'nalishlari ta'sir ko'rsatadi. Unga ham ichki, ham tashqi omillar, sharti-sharoitlar ta'sir etadi.

Ichki omillar sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin: korxonalar ishlab chiqarishning barqarorligi; ishlab chiqarishni tashkil qilish; ishlab chiqarishni boshqarish; korxonalarining fondining hajmi; korxonalar xarajat va daromadlarining nisbati; o'zlik mahlag'larining miqdori va korxonalar uslubiyatlarining nisbati; korxonalar aylanma mahlag'lar tarkibi.

Korxonalar o'z faoliyatida boshqa korxonalar va tashkilotlar bilan iqtisodiy aloqalarda bo'lar ekan, korxonalar moliyaviy mustahkamligiga tashqi omillar ham ta'sir etadi, ular tarkibida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- korxonalar tovarlar bozorida bo'lgan holati;

- korxonaning eksporti va import aloqalari;
- korxonaning boshqa korxonalar, ta'minlovchi va iste'molchi korxonalar bilan aloqalarida bo'lishi, ishga oid aktivligi;
- bank organlari, debitor va kreditdor bilan aloqalar;
- respublikada amalga oshirilayotgan iqtisodiy siyosat, soliq, narx-navn va moliya, bank siyosati, texnika, texnologiya siyosati.

Shunday qilib, moliyaviy mustahkamlikka korxonada mavjud bo'lgan resurslardagi vaziyat, omillar, shart-sharoitlar ta'sir ko'rsatib o'tilgan, lekin shu bilan birga moliyaviy mustahkamlik darajasi korxonalarining hozirgi va kelgusi faoliyatiga katta ta'sir ko'rsatadi. Masalan, moliyaviy mustahkamlikning darajasiga binoan korxonada quyidagi masalalar yechiladi: korxonada xodimlariga o'z vaqtida ish haqi to'lab turish, ta'minlovchi va iste'molchi korxonalar bilan iqtisodiy aloqalarini kerakli darajada olib borish; banklardan olingan kreditlarni o'z vaqtida qaytarib turish; davlat budjetiga tegishli soliq va to'lovlarni o'z vaqtida o'tkazib turish; boshqa korxonalar va tashkilotlardan olingan qarzlarni o'z vaqtida qaytarib turish; korxonada xodimlarning muaddiy oqib-otib borishi; korxonada jamoaning potentsial rivojlanishini ta'minlash; korxonani texnikaviy darajasini ko'zlab ko'rish.

Demak, moliyaviy mustahkamlik bir qancha omillar, shart-sharoitlar ta'sirining yakuni holidir, u o'z navbatida korxonada faoliyatining ko'p tomonlariga ta'sirini ko'rsatadi. Moliyaviy mustahkamlikni ta'minlash beshitmasidan oldin yana bir muammoni ko'rib o'tganimiz kerak.

Bu moliyaviy mustahkamlikning mazmuni shundan iboratki, moliyaviy mustahkamlikni ta'minlash, baholash uchun foydalaniladigan ko'rsatkichlar tez-tez o'zgarib o'tishi zarur.

V.G. Artamonko, M.V. Baltendirlarning fikricha moliyaviy mustahkamlik korxonada moliyaviy resurslarini shakllanish, taqsimlanish va foydalanish samaradorligini ifodalaydi.

Lekin ma'lumki, korxonada moliyaviy resurslarining shakllanish, taqsimlanish va foydalanish samaradorligi ularning o'zaro moliyaviy holat bo'lsa, moliyaviy mustahkamligi korxonalar faoliyatining faqat bir shaklini, ya'ni natijani ifodalaydi.

A.D. Smerdet, R.S. Saydullinlarning fikricha moliyaviy mustahkamlik va ta'limga qodirlik bir muamмага ega bo'lib, ta'limga qodirlik moliyaviy mustahkamlikning tashqi ko'rinishini ifodalaydi.

Xudoi shu fikrga A.N. Li va S.I. Shevchenkolar ham ega. Ular o'z maqolalarida moliyaviy mustahkamlik koeffitsiyentining tahlil to'g'risida ta'xtalib, to'lashga qodirlik ko'rsatkichini tahlil etganlar.

Hqiqatda moliyaviy mustahkamlik va to'lashga qodirlik bir xil mazmunga ega bo'lib, bu moliyaviy ko'rsatkichlar juda usulda aniqlanadi. Undan tashqari A.N. Li va S.I. Shevchenkolar moliyaviy mustahkamlikni moliyaviy barqarorlik deb esab qilishgan. Bu ham noto'g'ri. Moliyaviy barqarorlik bu – korxonalarining moliyaviy holatini zaruriy bir xil darajada turishini, pasaymasligini ifodalaydi.

Moliyaviy mustahkamlik to'g'risida gap bozar ekan, yana ikkita narsaga e'tibor berish lozim. Bu moliyaviy mustahkamlikning mezon va moliyaviy mustahkamlikni ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimi. A.N. Li va S.I. Shevchenkolarning fikricha, moliyaviy mustahkamlik mezonu aniqlanishi lozim va bu mezon sifatida korxonalarining bankrot bo'lish ehtimoligining past darajasi ravsiya etiladi. Aysalambor moliyaviy mustahkamlik darajasiga hinoan korxonalarining bankrot bo'lish ehtimoligi aniqlanmaydi.

Fikrimizcha, moliyaviy ko'rsatkichlarni, shu jumladan, moliyaviy mustahkamlik bo'yicha ham mezonlar emas, optimsi yoki me'yoriy darajalari tashqi hisobni kursat.

Iqtisodiy adabiyotda moliyaviy mustahkamlik darajasini o'lchash uchun bir xil ko'rsatkich tizimlari tavsiya etiladi. A.N. Li va S.I. Shevchenkolar moliyaviy mustahkamlikni aniqlash uchun korxonalarining kapitalning tarkibiy ko'rsatkichlari, V.G. Arsenenko va M.V. Belendirlar esa moliyaviy mustahkamlikni tahlil olishda ushbu ko'rsatkichlar bilan birga mulluq ko'rsatkichlardan ham foydalanishgan.

Moliyaviy mustahkamlik albatta, ushbu ko'rsatkichlar, xarajalar va xarajalar hamda ularni qoplovchi mabulalar nisbati bilan aniqlanishi lozim. Xarajalar va xarajalar bilan ularni qoplovchi mabulalar o'rtasidagi farq – mulluq ko'rsatkichlar moliyaviy mustahkamlikni ko'rsatmaydi. Ulardan faqat moliyaviy mustahkamlikni aniqlash uchun asbort bazasi sifatida foydalaniladi. Shunday qilib, iqtisodiy adabiyotda moliyaviy mustahkamlikni tahlil qilishda eng asosiy muammo, ushbu iqtisodiy mazmunni bo'yicha iqtisodchi olimlar o'rtasida hali kelishay yo'q. Moliyaviy mustahkamlik ko'rsatkichlarini hisoblash uslubiyati bo'yicha ham iqtisodiy adabiyotda xatoliklarga yo'l qayishgan.



Masalan A.N.Li va S.L.Shevchenkolar tomonidan amaliyaviy mustahkamlikning bir guruh ko'rsatkichlari quyidagicha aniqlanadi:

1. **Mulkiy mustahkamlik** — 
$$\frac{\text{Korxonaning kapitali}}{\text{Korxonaning o'rtacha qiyamati}} \text{ (avtonomiyat)}$$
 ko'rsatkichi.

2. **Maliyaviy mustahkamlik** — 
$$\frac{\text{Korxonaning o'rtacha qiyamati}}{\text{Korxonaning o'rtacha qiyamati}}$$
 ko'rsatkichi.

3. **Maliyaviy ko'rsatkichi** — 
$$\frac{\text{Ishlatilgan}}{\text{Korxonaning o'rtacha qiyamati}}$$

Ma'lumki, dinamik ko'rsatkichlar ikki shaklda bo'lishi mumkin. Bu lahzalik (momentik) dinamik ko'rsatkichlar va oraliq dinamik ko'rsatkichlar.

Lahzalik dinamik ko'rsatkichlar — aniq kunga kelingan ma'lumotlar, ya'ni har oy, har chorakni birinchi kungacha, yilni boshiga, oxiriga kelirilgan ma'lumotlar.

Oraliq dinamik ko'rsatkichlar - har bir davrga aniqlangan o'rtacha miqdor ma'lumotlar, ya'ni o'rtacha bir oyga, bir chorakka, bir yilga.

Hodisalarni miqdoriy ifodalash qanuniyatining talablaridan biri shundaki, lahzalik dinamik ko'rsatkichlar asosan lahzalik dinamik ko'rsatkichlari bilan taqqoslanishi lozim. Ko'rinib turibdiki, yuqorida keltirilgan ko'rsatkichlarni aniqlash usulbi bu talabga javob bermaydi.

Ko'rsatkichlarning maxrajica korxonaning o'rtacha qiyamati keltirilgan, ya'ni oraliq dinamik ko'rsatkichlar. Bu ko'rsatkichlarning so'zlashda esa, o'zlik kapitalning, ozoq muddatli ma'buviyatlar, ishchi kapitalning qoldiq summalari (davraning boshiga yoki oxiriga), ya'ni lahzalik dinamik ko'rsatkichlar keltirilgan. Demak, foydalanilayotgan ko'rsatkichlar noto'g'ri hisoblangan. Divozda, amaliyaviy mustahkamlik tahlilni boshlamasdan avval yana bir muammoni qarishga to'g'ri keladi. Bu — amaliyaviy mustahkamlikni tahlil etishda foydalaniladigan ko'rsatkichlar tizimidir. Bu hozirda biza mualliflarning tavsiyalari turlicha.

A.N.Li, S.L.Shevchenkolni quyidagi ko'rsatkichlar tizimini tavsiya etganlar:

- joriy likvidlik (qo'lash; muhitli likvidlik; mutlaq likvidlik; harakatlan likvidlik; ishchi kapitalning foydalanish samaradorligi; qarzdorlik dinamik o'zlik; moliyaviy qaramlik; o'zlik-qaramlik; moliyaviy mustahkamlik; manjovorganlik; bankrotlik koeffitsiyenti; asosiy vositalarni yangilash; qarzlarni ta'minlanish; krediturlarni maddoflaganligi koeffitsiyenti; debitorlik va kreditorlik qarzlarni o'rtasidagi nisbat; aylanma va aylanmasdan tashqari mablag'lar o'rtasidagi nisbat.

Ko'rib turibdiki, tavsiya qilingan ko'rsatkichlar tizimida moliyaviy mustahkamlik keng ravishda quriladi, moliya mustahkamligiga bog'liq bo'lmagan ko'rsatkichlar ham tavsiya etiladi.

A.D. Shevchenko, R.S. Sayfilla «Bazor mustahkamligini baholash» sarlavhasi ostida moliyaviy mustahkamlikni tahlil qilish uchun quyidagi ko'rsatkichlar tizimini tavsiya etganlar: avtonomiya; o'z mablag'lari va qarzga olingan mablag'lar o'rtasidagi nisbat; harakatlan va harakatlan mablag'lar o'rtasidagi nisbat; doqon harakat qilish; o'z mablag'lari bilan ta'minlanish; ishlab chiqarish mahsulotini, uzoq muddatga qarz olish; qisqa muddatga olingan qarzlarni; zaxiralarni va xarajatlarning shakllanishi nisbatlari koeffitsiyenti.

Bu mualliflar ham moliyaviy mustahkamlikni keng ravishda ifodalaydiganlar. V.G. Arsenenko, M.V. Bellocchi moliyaviy mustahkamlikni tahlil qilish uchun quyidagi ko'rsatkichlardan foydalanishgan: o'z mablag'lari bilan ta'minlanish koeffitsiyenti; moliyaviy vositalarni o'z mablag'lar bilan ta'minlanish koeffitsiyenti; o'z kapitalning doqon harakat qilish koeffitsiyenti; doimiy aktivlar indeksi; uzoq muddatga qarz olish koeffitsiyenti; eslatish koeffitsiyenti; kapitalning real qiymati koeffitsiyenti; avtonomiya koeffitsiyenti; o'zlik va qarzga olingan mablag'lar o'rtasidagi nisbat koeffitsiyenti.

Bu tavsiya qilingan ko'rsatkichlar tizimida bevosita moliyaviy mustahkamlikni ifodalovchi ko'rsatkichlar kam bo'lib (bitta-ikkita),

ular moliyaviy mustahkamlik darajasini tahlil etish imkoniyatini bermaydi.

11. Abdulkarimov o'z monografiyasiga moliyaviy mustaqillikni tahlil qilish uchun quyidagi ko'rsatkichlardan foydalangan: avtonomliya; moliyaviy mustahkamlik; moliyaviy qaramlik; o'z kapitalining shuqqonlik; qazqon olingan mablag'larni yiriklashtirish; qazqon olingan o'zlik kapitallar o'rtasidagi nisbat ko'rsatkichi.

Fikrimizcha bu ko'rsatkichlar tizimi hara moliyaviy mustahkamlikni har tamomlana tahlil qilish imkoniyatiga ega emas.

Yuqorida keltirilgan mualliflarning tavsiyalarini tahlil qilish bo'lim quyidagi xulosalarga olib keldi:

Darindan, moliyaviy mustahkamlikni mazmuni mualliflar tomonidan har xil tushabanyapti.

Ikkinchidan, moliyaviy mustahkamlik moliyaviy holatning boshqa yo'nalishlari, shakllari-moliyaviy harqarorlik, balsa fikridligi bisha analashtirilib yuborilmoqda.

Uchinchidan, moliyaviy mustahkamlikni tahlil etish uchun har xil tizimdagi ko'rsatkichlar tavsiya etilmoqda va bu ko'rsatkichlar tarkibida moliyaviy mustahkamlikda aloqasi bo'lmagan ko'rsatkichlar tavsiya etilmoqda.

To'rtinchidan, tavsiya etilgan ko'rsatkichlar ma'natlar tomonidan har xil usulda analasradi va bu bursda xatolilklarga bisha yo'l qo'yilmoqda.

Heshinchidan, qurilgan tavsiyalarda moliyaviy mustahkamlik ko'rsatkichlari asosiy va qo'shimcha ko'rsatkichlarga bo'linmayapti.

Ma'lumki, moliyaviy mustahkamlik karsomabada foydalanmayotgan ishlab chiqarish vosilalari va xarajalari valdi moddiy aylama mablag'lar bilan ulardi qoplovchi ma'natlar o'rtasidagi o'zaro nisbatni ta'riflaydi, baholaydi.

Moliyaviy mustahkamlikning har xil shakllarini, har tamomlana tahlil etish uchun iladi gurah ko'rsatkichlardan foydalanish lozim, ya'ni:

1. Asosiy ko'rsatkichlar;
2. Qo'shimcha ko'rsatkichlar.

#### **Asosiy ko'rsatkichlar.**

Ma'lumki, moliyaviy mustahkamlik vosila va xarajalar, ulardi qoplovchi ma'natlar o'rtasidagi nisbat ladar analasradi. Bu ma'natlar ush xil bo'lishi mumkin.

### 1. O'zlik manbalari.

Korxonani moddiy mablag'larni qoplash uchun umumiy o'z manbalarning bir qismidan foydalanadi. Qolgan qismidan uzoq muddatli aktivlarni qoplash uchun foydalaniladi. Demak, o'z manbalarini muqolash uchun korxonani umumiy o'z manbalaridan uzoq muddatli aktivlarning qiymatini ayrib tashlashi lozim.

Birinchi manbaning siravoli yeti.

2. **O'zlik manbalari va korxonaning uzoq muddatli majburiyatlari.** Demak, o'z manbalariga korxonaning uzoq muddatli majburiyatlari qo'shiladi.

Ikkinchi manbaning siravoli yeti.

3. **Manbalarning haqmasi, ya'ni o'z manbalari va korxonaning muddatli majburiyatlari.**

Yuqorida ko'rilgan mablag, ya'ni  $ye^0$ ,  $ye^1$  va  $ye^2$  bilan ayval bilan shakli bo'yicha «Zaxiralari va xarajatlari», 2004 yilda kiritilgan bilan shakli bo'yicha «stevar – moddiy zaxiralari» ya'ni moddiy aylama mablag'lar bilan ularni qoplovchi manbalar o'rtasidagi nisbatga binoan moliyaviy mustahkamlik to'rt shaklda bo'lishi mumkin:

1. Mulaq moliyaviy mustahkamlik;
2. Me'yoriy moliyaviy mustahkamlik;
3. Name'yoriy moliyaviy mustahkamlik;
4. Inqirozga uchragan moliyaviy holat.

Mulaq moliyaviy mustahkamlik shunday vaziyat tashkilidiki, korxonaning moddiy aylama mablag'larga bo'lgan ehtiyoji o'zlik mablag'lar manbalari bilan to'liq qoplandi va korxonani yana uzoq va qisqa muddatli majburiyatlardan foydalanish imkoniyatiga ega. Demak, korxonani o'z ehtiyojini qoplash bilan birga uchiq manbalarga ega, undan ishlab chiqarishni kengaytirish va boshqa ehtiyojlarga foydalanish mumkin. Xulosa: mulaq moliyaviy mustahkamlik moliyaviy mustahkamlikning eng yuqori darajasi hisoblanadi.

Me'yoriy moliyaviy mustahkamlik shunday vaziyatki, korxonaning moddiy aylama mablag'larga bo'lgan ehtiyojini qoplash uchun o'z mablag'lar manbalari yetishmaydi va shu sababli korxonani uzoq qisqa muddatli majburiyatlardan foydalanadi. Demak, korxonaning moddiy aylama mablag'larga bo'lgan ehtiyoji bu

manbalar bilan qoplangan, uning ko'p ortiqcham mablag'lari bo'lmashligi mumkin. Lekin korxonada me'yoriy ravishda o'z faoliyatini davom ettirishi mumkin.

Nomunosabiq moliyaviy mustahkamlikda korxonada og'ir sharoitlar yuz berishi mumkin. Korxonaning moddiy aylanmasi mablag'larga bo'lgan ehtiyojini o'z mablag'lari manbalari va uzoq muddatli majburiyatlar qoplamaydi, qoplanmagan qismini faqat qisqa muddatga olingan majburiyatlar hisobidan qoplamadi. Bu majburiyatlarni tez darajada qaytarish lozim. Agar korxonada o'z moliyaviy holatini yaxshilash uchun kerakli tadbirlarni amalga oshirmasa, u moliyaviy loqironga duch kelishi ehtimoli ortib boradi.

Loqironga uchragan moliyaviy holatda korxonaning asosiy va xarajatlarga bo'lgan ehtiyoji barcha mavjud manbalardan foydalanilgan hadda to'liq qoplanmaydi.

Yuqorida ko'rsatilgan moliyaviy mustahkamlikning shakllari har xil moliyaviy vaziyatlarda bo'lishi mumkin. Har bir shakl uchun vaziyatga ega. Bu vaziyatlarni aniqlash uchun moliyaviy mustahkamlik shakllari bo'yicha yuqorida keltirilgan manbalar stavok — moddiy xarajatlarga — TMZ bilan taqqoslanadi.

Endi shu vaziyatning shakllanishini ko'rib chiqamiz.

#### 1. Moddiy moliyaviy mustahkamlik.

Bu moliyaviy mustahkamlik bo'lishi uchun korxonaning moddiy aylanmasi mablag'larga bo'lgan ehtiyojini barcha mavjud manbalar o'rtasidagi nisbat quyidagi moliyaviy vaziyatda taqablariga javob berishi lozim:

$$1. \frac{M}{TMZ} \times 100 \geq 100\%$$

$$2. \frac{H}{TMZ} \times 100 \geq 100\%$$

$$3. \frac{I}{TMZ} \times 100 \geq 100\%$$

Ko'rsatilgan moliyaviy vaziyatlar shuni ko'rsatadiki, korxonalar o'zining moddiy aylanmasi mablag'larga bo'lgan ehtiyojlarini barcha o'z manbalari, (ya'ni korxonada majburiyatlar) — uzoq va qisqa muddatga olingan qarzlilar bilan qoplashi mumkin.

Lekin yuqorida ifodalangan uchta nisbatlar bilan korxonaning moddiy aylanmasi mablag'larga bo'lgan ehtiyojini o'rtasidagi nisbat hamma vaziyatda bo'yicha 100 foizdan ko'prok yoki undan ko'p bo'lishi lozim. Demak, moliyaviy mustahkamlik mutlaq darajada bo'lishi uchun korxonada ehtiyojini o'z manbalari bilan to'liq qoplanishi

kenaz. Korxonada shu vaziyatda ham tashqi majburiyat manbalaridan foydalanishi mumkin.

Korinib turibdiki, korxonada o'zining moddiy aylanma mablag'lariga bo'lgan ehtiyojini to'liq qoplash bilan ortiqcha manbalarga ega bo'lib, undan ishlab chiqarishni kengaytirish va boshqa maqsadlarda foydalanishi mumkin.

Molliq moliyaviy mustahkamlik — moliyaviy mustahkamlikni yuqori darajada, baxos munosabatlari qaratilgan murosakab, og'ir shart-sharoitlarda ham mavjud.

### 3. Moliyaviy mustahkamlik.

Bu moliyaviy mustahkamlik bo'lishi uchun korxonaning moddiy aylanma mablag'lariga bo'lgan ehtiyojini bilan uni qoplovchi manbalar o'rtasidagi nisbat quyidagi moliyaviy vaziyatlar talablariga javob berishi lozim:

1.  $(E^2 - TMZ) \times 100 < 100\%$ .

2.  $E^2 : TMZ > 100\%$ .

3.  $E^2 : TMZ \times 100 \geq 100\%$ .

Korinib turibdiki, korxonaning moddiy aylanma mablag'lariga bo'lgan ehtiyojini qoplash uchun korxonaning o'zlik manbalari hamda uzoq muddatga olingan qarzar yetishmaydi va korxonada o'z ehtiyojini qisqa muddatga olingan qarzar hisobidan qoplaydi. Ma'lumki, qisqa muddatli qarzar bir yil muddatgacha olinadi, demak, ular yuqori darajada qaytarilishi lozim.

Nomoliyaviy moliyaviy mustahkamlikka uchragan korxonalarni yanalarini bo'liniga tashib qolgan kasallar bilan taqqoslash mumkin. Bu korxonalarda moliyaviy holatni yaxshilash uchun korakli tadbirlar amalga oshirilmasa, ularning faoliyati to'xtab qolishi turgan gap.

Hayot shuni tasdiqlaydiki, murosakab baxos munosabatlari davrida nomoliyaviy moliyaviy mustahkamlikka ega bo'lgan korxonalar ko'proq o'zlarini korib turibdi.

### 4. Inqirozga uchragan moliyaviy holat

1.  $(E^2 - TMZ) \times 100 < 100\%$ .

2.  $E^2 : TMZ < 100\%$ .

3.  $E^2 : TMZ \times 100 < 100\%$ .

Inqirozga uchragan moliyaviy holat shuni ko'rsatadiki, un o'zlik manbalari, ba uzoq va qisqa muddatga olingan qarzar korxonani moddiy aylanma mablag'lariga bo'lgan ehtiyojini qoplamaydi. Demak, korxonada o'z ehtiyojini to'liq qoplash uchun ehtiyojini qoplamaydi. Korxonada o'z

majburiyatlardan qutilish imkoniyatiga ega emas. Bu sharoitda korxonaga kredit bergan banklar, korxonaning ta'minlovchilari, kreditorlari uning ustidan xo'jalik sudiga arizalar topshirib, korxonani bankrot deb e'lon qilish iltimosini beavvala qilishi mumkin.

Arizalar xo'jalik sudi organlarida ko'rib, natijalari ikki xil shaklda hayot qilinishi mumkin.

1. Inqirozga uchragan moliyaviy holati korxonasi, agar o'ziga ma'lang'lar bilan yordam beruvchi korxonasi va tashkilotlarni, ya'ni hamiylarni topa yetri bankni organlarning qarorlariga binosan bu korxonani ishlab chiqarish, moliyaviy holatini yaxshilash maqsadida boshqarib boshqaruvchi, moliyalagan taqdirda, xo'jalik sudi organlari bu korxonani saostasida 1,5, qashloq xo'jaligida bo'lsa, 2 yil muddatgacha sanatsiyaga o'tkazishi mumkin.

Bu holda namoz bo'lishi bilan xo'jalik sudi organlari masalaga yana qaytib, korxonaning moliyaviy holati yaxshilangan bo'lsa, uni to'yandam a'zalarini, binoq korxonaning moliyaviy holati yaxshilangan bo'lmasa, uni bankrot deb e'lon qilib, mol-mulki kim eshadi savdesida sotilib, korxonasi qarzlariga egalari qaytarib beriladi.

2. Inqirozga uchragan moliyaviy holati korxonasi kerakli hamiylarni topa almasa, unga boshqarib boshqaruvchi tayinlanmasa, korxonasi xo'jalik sudi organlarining qaroriga binosan bankrot deb e'lon qilinadi va mol-mulki kim eshadi savdesida sotiladi.

Respublikada bankrot deb e'lon qilingan korxonasi va tashkilotlar kam emas. 1999 yili bunday korxonasi va tashkilotlarni soni 969 ni tashkil qilgan. Shunday qilib, moliyaviy mustahkamlikni shakllanishi moliyaviy usuliyatni namoz quyidagicha bo'ladi:

**1. Mutluq moliyaviy mustahkamlik:**

1.  $(E : TMZ) \times 100 \geq 100\%$ .

2.  $(E^1 : TMZ) \times 100 \geq 100\%$ .

3.  $(E^2 : TMZ) \times 100 \geq 100\%$ .

**2. Mo'yariv moliyaviy mustahkamlik:**

1.  $(E^1 : TMZ) \times 100 < 100\%$ .

2.  $(E^2 : TMZ) \times 100 > 100\%$ .

3.  $(E^3 : TMZ) \times 100 \geq 100\%$ .

**3. Nomo'yoriy moliyaviy mustahkamlik:**

1.  $(E^1 : TMZ) \times 100 < 100\%$ .

2.  $(E^2 : TMZ) \times 100 < 100\%$ .

$$3. (E^2 : TMZ) \times 100 \geq 100\%.$$

4. Inqirozga uchragan moliyaviy holat:

$$1. (E^1 : TMZ) \times 100 < 100\%.$$

$$2. (E^1 : TMZ) \times 100 < 100\%.$$

$$3. (E^2 : TMZ) \times 100 < 100\%.$$

Yuqorida ko'rilgan moliyaviy mustahkamlik ko'rsatkichi, uning ko'rsatadigan shakllari asosiy ko'rsatkich bo'lib, iqtisodiy adabiyotda moliyaviy mustahkamlikni tahlil etish uchun bir qancha boshqa ko'rsatkichlar ham tavsiya etilgan. Fikrimizcha ularni ko'rsatkichlar sifatida qabul qilish maqsadga muvofiq.

Fikrimizcha, shunday ko'rsatkichlar sifatida quyidagi moliyaviy koefitsiyentlardan foydalanish maqsadga muvofiq, aylanma mablag'larni o'z manbalar bilan ta'minlangandik; majburiyat va o'zlik usulbararining nisbat, moliyaviy qusamlilik, o'zlik kapitalning ehaqqonlik; moliyalashtirish: kapitalni qarzga olish koefitsiyentlari.

Bu qo'shimcha moliyaviy mustahkamlik ko'rsatkichlarini aniqlash shakli quyidagicha (yangi balans shakli bo'yicha):

1. Aylanma mablag'larni o'z usulbarari bilan ta'minlanganlik koefitsiyenti:

1. 
$$\frac{\text{O'z mablag'larining manbalari} - \text{Uzoq muddatli aktivlar}}{\text{Joriy aktivlar}}$$
2. 
$$\frac{\text{Uzoq muddatli majburiyatlar} + \text{Joriy majburiyatlar}}{\text{O'z mablag'larining manbalari}}$$
3. 
$$\frac{\text{Balans valyuti}}{\text{O'z mablag'larining manbalari}}$$
4. 
$$\frac{\text{O'z mablag'larining manbalari} - \text{Uzoq muddatli aktivlar}}{\text{O'z mablag'larining manbalari}}$$
5. 
$$\frac{\text{O'z mablag'larining manbalari}}{\text{Uzoq muddatli majburiyatlar} + \text{Joriy majburiyatlar}}$$
6. 
$$\frac{\text{Uzoq muddatli majburiyatlar} + \text{Joriy majburiyatlar}}{\text{Balans valyuti}}$$



Bu ko'rsatkichlardan har biri o'z omzalariga ega, moliyaviy mustahkamlikni alohida tomonlarini ifodalaydi va ular amaliyotda keng foydalaniladi. Ularni moliyaviy mustahkamlikni tahlil qilishdagi shartiyatni ko'zda tutib, iqtisodiy adabiyotda, moliyaviy tahlil foydalanish uchun bu ko'rsatkichlarning ma'yoriy, optimal darajalar shakllangan. Ular quyidagilardan iborat:

1. Aylantma mahlag' harbi o'z mas'ulatlari bilan ta'minlanganlik ko'rsatkichi	$\geq 1,1$ yoki 110 foiz, yoki undan yuqori
2. Moliyaviy va o'z mas'ulatlari nisbat ko'rsatkichi	$\geq 1,0$ yoki 100 foiz, yoki undan yuqori
3. Moliyaviy vositilik ko'rsatkichi	$\geq 2,0$ yoki 200 foiz, yoki undan yuqori
4. O'z kapitalining isroqsizlik ko'rsatkichi	$\geq 0,5$ yoki 50 foiz, yoki undan yuqori
5. Moliyalastrirish ko'rsatkichi	$\geq 1,0$ yoki 100 foiz, yoki undan yuqori
6. Kapitalni qo'zga olish ko'rsatkichi	$\geq 0,5$ yoki 50 foiz, yoki undan yuqori

#### **Tadbirkorlik subyektlari faoliyatining moliyaviy natijalari tahlili.**

Moliyaviy holatini shunda tuzumlan va yo'nalishlarini tahlil qilish mazkurda avvallroq ko'tirilgan mavzuda ko'rib chiqilgan edi. Moliyaviy tahlilning yakuniy bosqichi bo'lib, korxonalar faoliyatining moliyaviy yakuniy tahlil hisoblanadi. Xususan, faoliyatining moliyaviy yakuniy foyda va rentabellik ko'rsatkichlari hisoblanadi.

Foyda ijtimoiy ahli chiqarish harajati bosqichlarining iqtisodiy toifasidir.

Qayada ijtimoiy ishlab chiqarish harajati o'lgan bo'lsa, unda qat'iyatli ishlab chiqarish mehnati ikkiga bo'linadi - birinchi qismini ishlab chiqarish qaratilishini shartiy ahliyatlari ta'minlash, qoplash uchun foydalaniladi, ikkinchi qismini esa mulkdorlarni, davlat va ijtimoiy ahliyatlarni qoplashga sara bo'ladi.

Foyda iqtisodiy kategoriya va moliyaviy yukun sifatida o'zining eng yuqori shartiyatiga harajati mas'ulatlari, bozor iqtisodiyoti davrida

ko'rariladi. Foydani barpo etish, uni realizatsiya qilish bu kengaytirilgan qayta ishlab chiqarishni, qiymat qo'shishni va xo'jalik yaritish usuli sifatida foydalanadigan xo'jalik hisobining obyektiv talabidir.

Kengaytirilgan qayta ishlab chiqarish ishlab chiqarishning doimo o'zgarayotgan, o'zining texnikaviy darajasini muvotaman ko'tarib turishni talab etadi. Dening uchun ishlab chiqarishda hamma vaqt foydaga eishilishi, realizatsiya qilinishi va undan ishlab chiqarish ehtiyojlari uchun foydalanish lozim.

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

Ma'lumki, xo'jalik hisobining asosiy talabi — korxonalar faoliyati rentabelli bo'lishi, ya'ni korxonalar o'z faoliyatini foyda olish bilan yanalarishlaridir. Foyda — mablag' sarfsizlik bo'lib, u korxonalar faoliyat rentabelligini ifodalaydi. Foyda korxonalar faoliyatining har xil yo'nalishlarini mohiyatviy yakunidir. Shu sababli foyda turli shaklda bo'lishi mumkin.

Sol foyda korxonalarining o'zida qoladigan daromad bo'lib, u korxonalarining ehtiyojlari uchun foydalanadigan daromad hisobidir. Yuqoridagi ko'rilgan korxonalarining foyda shakllari mohiyatviy jihatdan o'zgarish qilibda katta ahamiyatga ega, lekin yana bir tahlilni o'tkazish zarur, ya'ni bu muvotimli tahlil.

Onillik tahlilning murakkab ekanligi quyidagi jadval materiallaridan ko'rinib turibdi:

**Onillarning sotilgan mahsulotlardan olingan foydaga ta'sirni aniqlash uslubiyati (ming so'm)**

N	Ma'lumotlar haqasi	Ma'lumotlar	Hisob-kitob usuli	Natija
	2	3	4	5
1	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar, joriy narxlarida ( $\sum A.S$ )	400000	-	-
2	Joriy davrda sotilgan mahsulotlarning joriy tanaaraxi ( $\sum A.C$ )	300000	-	-

3	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'lgan davr narxlarida ( $\sum K_2$ )	35000		-
4	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'lgan davr tannarxida ( $\sum K_1 C_1$ )	33000		-
5	O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'lgan davr narxlarida ( $\sum K_1 S_1$ )	35000		-
6	O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar o'lgan davr tannarxida ( $\sum K_1 C_1$ )	30000		-
7	O'tgan davrda rentabellik ko'rsatkichi ( $R_1$ )	$\frac{25000 - 30000}{30000}$		0,25 yoki 25 %
8	Amillar ta'sirining hisob-kitobi			
9	Sotilgan mahsulotlardan olingan foydaning umumiy dinamikasi, umumiy indeks	$\frac{40000 - 30000}{30000 - 20000}$		Foydaning o'sishi 5 mingga so'm, dinamikasi 200 %
10	Mahsulot hajmining o'zgarishi ta'siri, mahsulot hajmi indeksi	$\frac{35000 \cdot 0,25}{30000 - 20000}$		Foydaning o'sishi 3,25 mingga so'm, dinamikasi 165 %
11	Mahsulot tannarxining o'zgarishi ta'siri, tannarx indeksi	$\frac{40000 - 30000}{40000 - 35000}$		Foydaning o'sishi 3,0 mingga so'm, dinamikasi 143 %
12	Mahsulotlarga qo'yilgan narxlarining o'zgarishi ta'siri, narx indeksi	$\frac{40000 - 33000}{35000 - 33000}$		Foydaning o'sishi 5,0 mingga so'm, dinamikasi 350 %
13	Mahsulotning tarkibiy o'zgarishi ta'siri, assortiment indeksi	$\frac{1 \cdot 100 - 100}{100 - 100}$		Foydaning kamayishi 6,25 mingga so'm, dinamikasi 24 %

Korxonib tarixidiki, joriy davrda o'tgan davrga nisbatan korxonada sotilgan mahsulotlarosha olingan foyda ikki marotaba ko'paydi - 5 ming so'mdan 10 ming so'mga yetdi. Demak, o'sish hajmi 5 ming so'mni tashkil qildi.

U o'sish quyidagi omillarning ta'siridir:

- mahsulot hajmi + 3,25 ming so'm yoki 165 %;
- mahsulot tanzarxi + 2,0 ming so'm yoki 143 %;
- mahsulot narxleri + 5,0 ming so'm yoki 350 %;
- mahsulot tarkibi - 0,25 ming so'm yoki 24 %

Jami o'sish + 5,0 ming so'm yoki 200 %.

Yoki omil indekslarni ko'paytirishi umumiy foyda dinamikasi indeksiga burchak,

$$\frac{XX_{14} \cdot XX_{2} \cdot XX_{3}}{XX_{11} \cdot XX_{12}} = 200\%$$

Demak, korxonasi faoliyatida sotilgan mahsulotlardan olinadigan foydani 2 mara ko'paytirishda - sotilgan mahsulotlarning ko'payishi, ularning tanzarxini kamayishi, mahsulotlarga qo'yilgan narxleri oshirilishi ijobiy ahamiyatga ega bo'ldi. Lekin mahsulotlarning tarkibiy o'zgarishi foyda ko'rishda salbiy bo'lgan.

Bir xil sabablarga ko'ra joriy davrda o'tgan davrga nisbatan ko'p foyda keltiradigan mahsulotlar kam ishlab chiqarilgan, sotilganlarning salmog'i butun sotilgan mahsulotlar tarkibida qisqartirilgan. Natijada sotilgan mahsulotlardan olinadigan foyda 6,25 ming so'mga kamaygan.

Shunday qilib, korxonalar foydasini tahlil qilish katta ahamiyatga ega bo'lib, korxonalar faoliyati moliyaviy yakunlarining barobar, ilding hiraqishi bo'lib hisoblanadi. Korxonalar faoliyatining moliyaviy yakunlari tahlil samaralilik ko'rsatkichlari tahlil bilan yakunlanadi.

### 3.5. Korxonalar rentabelligi tahlili

Korxonaning rentabelligi nisbiy ko'rsatkich bo'lib, korxonasi faoliyati samaradorlik darajasini ifodalaydi. Demak, korxonalar faoliyatini baholashda asosiy, ahamiyatli ko'rsatkichlardan biri bo'lib hisoblanadi. Rentabellik darajasi korxonalar faoliyatida

bajarishayotgan vazifalarni oldindan aniqlaydi. Bunday vazifalar bo'lib quyidagilar hisoblanadi.

1. Rentabellik ko'rsatkichi korxonalar faoliyatiga sarflagan xarajotlarni, o'zini o'zi qoplashini aniqlaydi. Sebabi ittifoq davrida xalqsohalik miqyosida o'rashga o'zini o'zi qoplash mabdarati sifatida 7-9 yil qabul qilgan edi. Demak, korxonalar o'zini o'zi qoplash uchun alarning faoliyatida rentabellik 12-14 % dan kam bo'lmashligi kerak.

2. Hozirgi paytda namuna korxonalar faoliyatida kengaytirilgan oqim ishlab chiqarish amalga oshirilishi, moliyalashtirish imkoniyatlariga ega bo'lishlari kerak, ya'ni olingan foyda hisobidan ishlab chiqarishni kengaytib, ming texnika-viy darajasini ko'tarib berish lozim. Buning uchun, ya'ni o'zini o'zi moliyalashtirish uchun, korxonalarining rentabellik darajasi 20-25 % dan kam bo'lishi kerak emas.

3. Ma'lumki, korxonalar o'zlarining mablag'lariga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish uchun o'z mabxalaridan, ya'ni korxonalariga tegishli mabxalardan ma'lum tashqaridan olindigan uzoq va qisqa muddarli qo'ndarlardan foydalanishi mumkin. Lekin, bu usullarni o'z vaqtida qaytafi herish kerak. Buning uchun ham korxonalarining rentabelligi kerakli darajada bo'lishi lozim.

4. Respublikada ijtimoiy yo'naltirilgan bazar iqtisodiyoti ko'rilaypti. Buning uchun respublikada kuchli ijtimoiy siyosat amalga oshirilyapti. Bu siyosat ham xalq xo'jaligida, ham alohida korxonalar miqyosida o'tkazilyapti. Korxonalarda bu masalani yechish uchun ular kerakli darajada rentabellikka ega bo'lishlari lozim.

Shunday qilib, rentabellik katta ahamiyatga ega bo'lib, uni tahlil etish moliyaviy tahlilga o'z o'rnini topishi lozim.

Rentabellik ko'rsatkichlarini tahlil qilishdan oldin ilki nazarni aniqlab olish lozim:

Birinchtidan, rentabellik qanday shakllarda bo'lishi mumkin?

Ikkinchtidan, rentabellik nisbiy ko'rsatkich ekan, uning darajasi qanday aniqlanishi, nimga nisbat hisoblanishi lozim?

Avvalambor shuni ma'kidlash kerakki, rentabellik iqtisodiy to'la, sstam bo'lib, sotsializm bilan bog'liq sabiq sotsialistik korxonalar samaradorligini o'lchash uchun o'ylab chiqilgan va shakllantirilgandi. Sho'ru davrida korxonalarining rentabellik ko'rsatkichi, kapitalizm

tizimiga taalluqli foyda me'yoriga qarshi, uning o'rniga o'yib chiqilgandi.

Ma'lumki, kapitalizm davrida foyda me'yor ikki shaklda aniqlanar:

- kapitalistik foydani kapitalistik ishlab chiqarish joriy xarajatlarga bo'lish yo'li bilan, buning terminologiyamiz bo'yicha bu foydani sotilgan mahsulotlarning imoratiga bo'lish bilan;

- kapitalistik foydani kapitalistik korxonalarda avanslashirilgan fondlarga doiriy kapitalga, buning terminlarimiz bo'yicha ishlab chiqish asosiy va aylanma fondlarga va o'zgaruvchan kapitalga, buning terminologiyamiz bo'yicha ish haqiga sotilgan kapitalomablag'larga bo'lish yo'li bilan aniqlangan.

Respublika bazar munosabatlarga o'tar oqari, korxonalarining maliyaviy holatini baholashda yuqorida ko'rsatilgan foyda me'yor ko'rsatkichlariga o'tishi kerak edi, lekin bazar munosabatlarga o'tish davrida rentabellik ko'rsatkichlari asqib qol'moqda. Rentabellik ko'p qarshi, murakkab iqtisodiy ko'rsatkich bo'lib, u o'z shakllanish tarifiiga ega.

Sho'ro davriining birinchi yillarida sotsializm tizimiga moslashtirilgan butun iqtisodiy muammolar, ko'rsatkichlar shakllanish boshladi, jumladan, rentabellik ko'rsatkichi ham. Sho'ro davrida faoliyat kechirmayotgan, yangida tashkil qilinayotgan korxonalar ishiga baho berib, to'lovchilar foyda keltirmayotgan, demak, davlat bedjoriga hech narsa o'kazmayotgan korxonalarni yopishni, tugatishni talab qildilar. Bunga qarshi sotsializm tizimiga moslashgan rentabellik ko'rsatkichini yaratish lozim edi. Shu maqsadda sotsializm tizim davrida 1928 yildan boshlab, korxonalarining rentabelligi ikki shaklda ifodlanish ta'sislangan: joriy rentabellik va xalq xo'jaligi rentabelligi.

Joriy rentabellik foyda bilan bog'liq bo'lib, u korxonalar foyda ko'rsat, demak, ularda joriy rentabellik mavjud. Joriy rentabellikda korxonalar faoliyati pu jang'armalarini ishlab chiqarish, foyda keltirish nuqtayi nazaridan baholanadi. Korxonalarda foyda bo'lmasa, joriy rentabellik yo'q, demakdir.

Lekin foyda keltirmayotgan korxonalar xalq xo'jaligiga, aholiga ko'nik mahsulotlar ishlab chiqarishi mumkin. Bu vaziyat o'zibarga olingan holda xalq xo'jaligi rentabelligi aniqlangan. Xalq xo'jaligi

rentabelligi – korxonalar faoliyatini xalq xo'jalik nuqtayi nazaridan baholashdir. Korxonalar foyda keltirgusa ham, agarida ular xalq xo'jaligi, aholi ehtiyojlarini ta'minlayotgan bo'lsa, bu korxonalar joriy rentabellikka ega emas, lekin xalq xo'jaligi rentabelligiga ega.

Joriy va xalq xo'jaligi rentabelligilarining tasdiqlanishi, qabul qilinishi, amalakatda bujjet ehtiyojlari nuqtayi nazaridan zarur keltiruvchi, lekin xalq xo'jaligini rivojlantirishda katta ahamiyatga ega bo'lgan korxonalarni saqlab qolish hukmiyatini berdi. Rentabellik nazariyasi, amaliyoti yanada takomillasoa berdi.

Birinchi rentabellik shakli joriy rentabellik deyilgan, ikkinchi shaklini istiqbollik rentabellik deb atash kerak edi. Bu holatda hozir joriy rentabellikka ega bo'lmagan korxonalarni kelgusida bu rentabellikka yo'llashishi hisob-kitob qilinsa, unda istiqbol rentabelligi kelib chiqishi mumkin edi. Ba'zilar ilmiy tadqiqot ishlari natijasida joriy va xalq xo'jaligi rentabellik shakllari o'rtaga biznesning ilmiy tadqiqotlarida 1935-1956 yillarda xo'jalik hisobi va xalq xo'jaligi rentabelligi nazariyasi etildi.

Xo'jalik hisobi rentabelligi xo'jalik yuritish usulbi sifatida qabul qilingan xo'jalik hisobi bilan bog'liq. Ma'lumki, xo'jalik hisobining eng asosiy tlebi – korxonalar faoliyatida foyda keltirish, rentabellik faoliyatini ta'minlashdan iborat.

Damok, xo'jalik hisobi rentabelligi bu korxonalar faoliyatini xo'jalik hisobi tleblari nuqtayi nazaridan baholash, xalq xo'jaligi rentabelligi – korxonalar faoliyatini xalq xo'jaligi ehtiyojlarini qandirish, ta'minlash nuqtayi nazaridan baholashdir.

60-yillardan boshlab iqtisodiy adabiyot va amaliyotda joriy rentabellik nazariyasi kam ishlatilib, keyinchalik uning oshirilmay qo'yildi, uning o'rniga xo'jalik hisobi rentabelligi iborasi ishlatilyapti. Xalq xo'jaligi rentabelligi hozirgi paytda ham o'z kashon, ahamiyatini yo'qotgan yo'q.

1965-yili qabul qilingan, amalga oshirilgan xo'jalik hisobi va yangi rejakshtirish va iqtisodiy rag'hatlantirish tizimida xo'jalik hisobi rentabelligi ko'tarilishini yanada takomillashtirdi, umumiy va hisob-kitob rentabelligi ko'tarilishini nazariyasi etildi. Umumiy rentabellik korxonalar faoliyatining amaliyot holatini baholash uchun foydalanilib, bu ko'tarilish korxonalar foydasini, uning ishlab chiqish fondlariga bo'lish yo'li bilan aniqlayadi. Hisob-kitob rentabelligi

1965-yil xo'jalik islohoti tomonidan tasdiqlangan uchta rag'batlantirish fondlarini shakllantirish; ishlab chiqarishni rivojlantirish, korxonani ijtimoiy rivojlantirish va ma'naviy rag'batlantirish fondlariga mablag' ajratish bazasi sifatida qabul qilindi.

Bu rentabellik ko'rsatkichini aniqlash uchun korxonaning umumiy foydasidan foydalanuvchi uchun to'lovlarni, bank kreditlari uchun to'langan fuzarni, qayd qilingan to'lovlarni to'lab, qolgan korxonaviy foydasini ishlab chiqarish fondlariga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi.

Shunday qilib, rentabellik ko'rsatkichining mohiyati va shakllari yillar davomida o'zgarib, takomillashsa bo'ldi. Rentabellik ushbu ko'rsatkich sifatida, uning darajasini aniqlash ham katta ahamiyatga ega.

1965-yilgacha mamlakatda barcha korxonalar rentabelligi quyidagicha aniqlangan:

Korxonaviy foydasi  
Sotilgan mahsulotning  
tannaxsi

Ko'rinib turibdiki, u paytda qabul qilingan rentabellik ko'rsatkichi korxonaning joriy xarajatlari samaradorligini ifodalagan, chunki rentabellik foydani sotilgan mahsulotlarning tannaxsiga bo'lish yo'li bilan aniqlangan.

Rejalashtirish nazmida mahsulotlarga narx-ayvollar, asosan, davlat tomonidan tasdiqlangan, davlat tomonidan ishlab chiqarib chiqarilgan mahsulotning asosini ham tasdiqlanar edi. Demak, korxonalar narx-ayva va mahsulot asosini o'zgartirib, ular hisobdan foydani ko'paytirish imkoniyatiga ega emas edilar. Korxonalar olingan foydani sotiladigan mahsulotlar hajmini ko'paytirish va bu mahsulotlarning tannaxsini pasaytirish yo'li bilan ko'paytirardi.

Ma'lumki, rentabellik darajasiga har xil omillar ta'sir ko'rsatadi: texnikaviy, texnologik, ijtimoiy-iqtisodiy, tasakiliy, ichki va tashqi omillar va hokazo. Korxonalar ulardan keng foydalanib, ushbu saharbar olishardi.

Uchta qabul qilingan rentabelligi aniqlash usuli korxonalarni joriy xarajatlarni pasaytirishga saharbar etib, ishlab chiqarish fondlaridan samarali foydalanishni rag'batlantirsa edi. Natijada



korxonalarda milliard-millard to'ralik asosiy va aylanma fondlar ishlab chiqarishga kiritilmasdan, ishlatilmasdan yotardi. Qabul qilingan xo'jalik yuritish usullari korxonalarni ulardan oqilona foydalanishga safarbar etmasdi.

1965-yili qabul qilingan xo'jalik islohoti ishlab chiqarishda asosiy va aylanma fondlardan samarali foydalanish vazifasini o'zi yotmalikda yechadi.

Birinchiida, korxonalar va tashkilotlarga o'tiqchalar, korxona bo'limlari maddiy resurslarni sotish huquqini berdi.

Ikkinchidan, rentabellik ko'rsatkichini hisoblash usulini takomillashirib, rentabellikni aniqlash orqali korxonalarining asosiy va aylanma mablag'lardan samarali foydalanishini rag'batlantirdi.

1965-yildan boshlab korxonalar va tashkilotlarning rentabellik darajasi quyidagi yo'l bilan hisoblanadigan bo'ldi:

$$\frac{\text{Korxonalar foydasi}}{\text{Ishlab chiqarilgan asosiy va aylanma mablag'lar ning o'rtacha qiymati}}$$

Tavsiya etilgan yangi rentabellik ko'rsatkichi ilgari foydalanilgan rentabellik ko'rsatkichini inkor qilmaydi. Bu ko'rsatkichlar bir-birini boyitadi, bir-birini to'ldiradi shu sababli amaliyotda ham eski, ham yangi rentabellik ko'rsatkichidan foydalanilmasdan, chunki ular mustaqil iqtisodiy ko'rsatkichlar bo'lib, ilgari foydalanilgan ko'rsatkichlar korxonalarining yoriy samarali va samandarligni ifodalash, yangi rentabellik ko'rsatkichi korxonalarining ishlab chiqarish asosiy va aylanma mablag'laridan foydalanish samandarligni ifodalaydi.

Rentabellik ko'rsatkichi korxonalar faoliyatining asosiy ma'naviy natijasi hisoblanar ekan, uni tahlil etishga korxonalarining ma'naviy holati tahlilida kerakli e'rin ajratish lozim. Shu munosabat bilan aytib o'tiladi, boshqa muassasalarda shu asosda rentabellik darajasi qanday aniqlanishi kerak va rentabellikni o'lchash uchun qanday ko'rsatkichlar foydalanish maqsadga muvofiq?

Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining hozirgi davrda professori, iqtisod fanlari doktori M. Talabov joyida xariziy mamlakatlar

injiribosidan foydalanib, rentabellikni tahlil etish uchun quyidagi ko'rsatkichlarni tavsiya qilgan.

$$\text{Hajmiy aktivlarning rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Balsas valutasining o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Mahsulot sotish rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Mahsulot sotishdan tushum}}$$

$$\text{Korxonaga tegishli kapitalning rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Bitta aksiyani rentabellik koeffitsiyenti} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Mudomlatdagi aksiyalar soni}}$$

Respublika tashkilotchilaridan A.N. Li S.I. Shoshchenko quyidagi rentabellik koeffitsiyentlarini tavsiya qilganlar:

$$\text{Aktivlar rentabelligi} = \frac{\text{Operatsiya yoki sof foyda}}{\text{Aktivlarning o'rtacha yillik qiymati}}$$

$$\text{Mahsulot erish rentabelligi} = \frac{\text{Yalpi yoki sof foyda}}{\text{Mahsulot erishdan sof tushum}}$$

$$\text{Korxonaga tegishli kapital rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Qarzni olingan kapitalning foydalanish samaradorligi} = \frac{\text{Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi}}{\text{Qarzni olingan mahlag'larning o'rtacha foydalanish stavkasi}}$$

Mahsulot rentabelligi darajasi	-	$\frac{\text{Yalpi yoki sof foyda}}{\text{Sotilgan mahsulot hajmi}}$
Moddiy ishlab chiqarish xarajalarining hirkish ko'rsatkichi	-	$\frac{\text{Moddiy ishlab chiqarish xarajalari}}{\text{Mahsulot sotishdan sof foyda}}$
Bitta aksiyaning foydaliligi	-	$\frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Muomala'dagi aksiyalar soni}}$
Fond sig'imi ko'rsatkichi	-	$\frac{\text{Asosiy fondlarning o'rtacha yillik qiymati}}{\text{Mahsulotlar sotishdan sof foyda}}$
Kumulyativ foyda ko'rsatkichi	-	$\frac{\text{Taqsimlangan foyda}}{\text{Aktivlarning o'rtacha yillik qiymati}}$

O.R. Yefimova quyidagi rentabellik ko'rsatkichlaridan foydalanagan:

Aktivlar rentabelligi	-	$\frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Balans valutasining o'rtacha yillik qiymati}}$
Joriy aktivlar rentabelligi	-	$\frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Joriy aktivlarning o'rtacha qiymati}}$
Uzasitdoya rentabelligi	-	$\frac{\text{Korxonaning umumiyy foydasi}}{\text{Asosiy mablag'lar, zylar mablag'lar, ushq maddot i qarzar, kreditlarni o'rtacha qiymati}}$
Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi	-	$\frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$

$$\text{Sotuv rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Sotilgan mahsulotlardan tushum}}$$

A.D. Shixmatov va R.S. Sayfulin Rentabellikni tahlil qilish uchun quyidagi rentabellik ko'rsatkichlarini tavsiya etishgan:

$$\text{Sotuv rentabelligi} = \frac{\text{Mahsulot sotishdan foyda}}{\text{Sotilgan mahsulotdan tushum}}$$

$$\text{Imti kapitalning rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaga balansi bo'yicha foyda}}{\text{Balansi valutasining o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Asosiy vositalar va aylanmagan tashqari aktivlar rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaga balansi bo'yicha sof foyda}}{\text{Asosiy vositalar va aylanmagan tashqari aktivlarning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Permanant kapitali rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaga balansi bo'yicha sof foyda}}{\text{Korxonaga tegishli kapital va uzoq muddatga solingan qarzlarning o'rtacha qiymati}}$$

V.G. Artyemenko va M.V. Belouardlar quyidagi rentabellik ko'rsatkichlardan foydalanishgan.

$$\text{Mal-mulk rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Balansi valutasining o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Joriy aktivlar rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Joriy aktivlarning o'rtacha qiymati}}$$

$$\text{Investitsiya rentabelligi} = \frac{\text{Korxonaga yispi foydasi}}{\text{Korxonaning tegishli kapitali va uzoq muddatga solingan qarzlarning o'rtacha qiymati}}$$

Korxonaga tegishli kapital rentabelligi =  $\frac{\text{Korxonaning so'f foydasi}}{\text{Korxonaning tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$

Asosiy faoliyat rentabelligi =  $\frac{\text{Mahsulot sotib olish foyda}}{\text{Mahsulot ishlab chiqarishga ketgan xarajatlar}}$

Ishlab chiqarish firdlar rentabelligi =  $\frac{\text{Korxonaning yalpi foydasi}}{\text{Ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha qiymati}}$

Korxonalar bankrotligi va sanatsiyasi muassalari ha'yicha O'zbekistan Respublikasi hukumat bay'ati tomonidan 1997-yil 17-avgustda qabul qilingan q'bdaliya tadilili ha'yicha uslubiy tavsiyalarida quyidagi rentabellik ko'rsatkichlari foydalanilgan:

Mahsulot sotish rentabellik ko'effitsiyenti =  $\frac{\text{Sotilgan mahsulotdan foyda}}{\text{Sotilgan mahsulotdan tushum}}$

Asosiy vositalar rentabellik ko'effitsiyenti =  $\frac{\text{Korxonaning so'f foydasi}}{\text{Asosiy vositalarning o'rtacha qiymati}}$

Korxonaga tegishli kapitalning rentabellik ko'effitsiyenti =  $\frac{\text{Korxonaning so'f foydasi}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$

Permanet kapitalning rentabellik ko'effitsiyenti =  $\frac{\text{Korxonaning so'f foydasi}}{\text{Korxonaga qaratilgan kapitalning harida ussoq olingan qarizlar va kreditlarning o'rtacha qiymati}}$

Kapitalning uranliy oylanish rentabellik ko'effitsiyenti =  $\frac{\text{Sotilgan mahsulotdan tushum}}{\text{Balans valutasining o'rtacha qiymati}}$

O'zbekiston Respublikasi korxonalarini iqtisodiy nomunosiblik ishlari bo'yicha Qo'mitasi tomonidan 1997-yil 10-dekabrda qabul qilingan «Qishloq xo'jalik korxonalarining iqtisodiy tahlil bo'yicha ushbu tavsiyalar» va «Qishloq xo'jalik korxonalarini iqtisodiy nomunosib deb hisoblashning vaqtincha tartibida rentabellik darajasini o'lchash uchun quyidagi ko'rsatkichlar tavsiya etilgan:

Mahsulot rentabellik ko'effitsiyenti -  $\frac{\text{Mahsulot sotishdan foyda}}{\text{Sotilgan mahsulotning miqdori}}$

Aktivlar rentabellik ko'effitsiyenti -  $\frac{\text{Korxonaning umumiy foydasi}}{\text{Balans valyutasining o'rtacha qiymati}}$

Sotuvchani kooperativ institutining professori, iqtisod fanlari doktori U.Abdulkarimov rentabellikni tahlil qilish uchun quyidagi ko'rsatkichlardan foydalangan:

Mahsulot sotish rentabelligi -  $\frac{\text{Korxonaning yilgi foydasi}}{\text{Mahsulot sotishdan sof tushum}}$

Korxonaga tegishli kapital rentabelligi -  $\frac{\text{Korxonaning sof foydasi}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$

Xarajalar rentabelligi -  $\frac{\text{Korxonaning asosiy faoliyatidan foyda}}{\text{Asosiy faoliyat xarajalari}}$

Rentabellikni tahlil qilish uchun yuqorida keltirilgan tavsiyalarga e'tiborimizni jalb qilishimizning sabablari:

1. Rentabellikni o'lchash uchun adabiyotda har xil ko'rsatkichlar tizimini tavsiya etilgan, demak mualliflar tomonidan rentabellik maxrami har xil tasavvuladi.

2. Rentabellik ko'rsatkichlari shakllanishiga mualliflar har xil qarashadi, natijada rentabellikni baholash uchun ikkitindan yettita gacha ko'rsatkichlar tavsiya etildi.

3. Yuqorida ko'rsatilgan tavsiyalardan ko'rinib turibdiki, ko'pchilik mualliflar korxonalar rentabelligini sof foydaga asoslanib miqlaydilar. Fikrimizcha bu noto'g'ri, asoslanmagan tavsiya. Rentabellikni o'lchashdan maqsad - korxonalar faoliyati

samaradorligini aniqlash ekan, rentabellikni hisoblashda, sof foyda emas, yalpi foyda yoki sotilgan mahsulotlardan olingan foyda sifatida olinishi lozim.

4. Mualliflar rentabellikka taalluql bo'lgan ko'rsatkichlarni tavsiya etishgan. Masalan, bida aksariya rentabelligi, ishlab chiqarish xarajatlarini hiskitish koeffitsiyentlari, fond hajmi koeffitsiyentlari, kapitalning umumiy aylanish rentabelligi.

5. Aniq bir rentabellik ko'rsatkichiga har xil nom beriladi. Masalan: sotuv rentabelligi, realizatsiya rentabelligi, sotilgan mahsulot rentabelligi va boshqalar har xil usul bilan aniqlanadi. Masalan: yalpi yoki sof foydani sotilgan mahsulotlar tamarxiga, sof foydani sotilgan mahsulotdan olingan tushumga, sotilgan mahsulotlardan olingan foydani sotilgan mahsulot tushumiga bo'lish yo'llari bilan aniqlanadi.

6. Ma'lumki, rentabellik korxonalar faoliyatini, ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish samaradorligini umumiy ifodalashi lozim.

Yuqorida keltirilgan ko'rsatkich tizimlaridan ko'rinib turibdiki, mualliflar korxonalar resurslarining alohida elementlari rentabelligi, aniqlashni tavsiya etganlar. Masalan: asosiy vositalarni, permanent kapitalni, investitsiyalarni, qarzga olingan kapitalni, korxonaga tegishli kapitalni, asosiy va ma'deiy aylanma mahsulotlarni rentabellik ko'rsatkichlari. Bu ko'rsatkichlar samaradorlik ko'rsatkichlari bo'lib, mazmunan rentabellikka tegir kelmaydi.

Shunday qilib, umumiy maliyaviy tahlilga o'xshab, rentabellik darajasini o'lchovshu ham umumiy qabul qilingan uslub, ko'rsatkichlar tizimlari hali shakllanmagan.

Rentabellik darajasini o'lchovshu uslub, rentabellik ko'rsatkichlarni tizimning shakllanishi quyidagi tamoyilarga asoslanishi lozim:

- rentabellik ko'rsatkichlari asosiy va qo'shimcha shakllarda bo'lishi kerak. Asosiy ko'rsatkichlar korxonalar faoliyatining umumiy natijasi samaradorligini ifodalay bosa, qo'shimcha rentabellik ko'rsatkichlari esa korxonalar resurslarining alohida elementlari samaradorligini ifodalaydi;

- rentabellik ko'rsatkichi korxonalar faoliyatini umumiy-maliyaviy natijasini ifodalay ekan, rentabellik ko'rsatkichi, avvalambor, korxonaning yalpi yoki uning asosiy faoliyatidan olingan foyda asosida aniqlanishi lozim, lekin ba'zi paytlarda rentabellikni o'lchovshu oldiga

qo'yilgan maqsadga bironin rentabellik ko'rsatkichi sotilgan mahsulotdan olingan foydaga asosan ham aniqlanadi.

Bu tamoyillarga bironin korxonalar rentabelligini tahlil etishda, Ekanizga, quyidagi rentabellik ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish maqsadga muvofiq.

**1. Rentabellikning asosiy ko'rsatkichlari:**

- korxonaning aktivlarining yoki mol-mulkining rentabelligi;

- ishlab chiqarish rentabelligi yoki ishlab chiqarish asosiy va ayilmas fondlarining rentabelligi;

- korxonaning joriy xarajatlarning rentabelligi;

- mahsulot rentabelligi.

**2. Rentabellikning qo'shimcha ko'rsatkichlari:**

- korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi;

- asosiy kapitalning rentabelligi;

- ayilmas kapitalning rentabelligi;

- investitsiyalarning rentabelligi;

- permanent kapitalning rentabelligi;

- qo'zg'algan kapitalning rentabelligi.

Ko'rinib turibdiki, tavsiya qilinayotgan rentabellik ko'rsatkichlar tizimi aniq bir tarihgacha solinib, unda yaqinida keltirilgan mualliflarning fikrlari ham etiborga olingan. Bu ko'rsatkichlarning aniqlash usuliyatlari quyidagidek bo'lsa, maqsadga muvofiq bo'lar edi.

**1. Rentabellikning asosiy ko'rsatkichlari:**

$$\text{Mol-mulkning rentabelligi} = \frac{\text{Solig to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Korxonaning mol-mulkining o'rtacha qiymati}}$$

Bu ko'rsatkich butun korxonaning mol-mulki samaradorligini ifodalaydi. Mol-mulk korxonaning butun ishlab chiqarish, xo'jalik faoliyati uchun xizmat qiladi. Shu sababli bu ko'rsatkich korxonaning yalpi foydasi soliq to'lanishdan oldingi foydaga asosan aniqlanishi lozim.

Ishlab chiqarish rentabelligi korxonada ishlatilayotgan ishlab chiqarish asosiy va ayilmas fondlardan foydalanish samaradorligini ifodalaydi. Ishlab chiqarish foydasi korxonaning faoliyatini asosiy bazasini tashkil etib, ishlab chiqarishning asosiy omili bo'lib



hisoblanadi. Shu sababli bu ko'rsatkich ham korxonaning soliq to'lashdan oldingi foydasi asosida aniqlanishi lozim.

$$\text{Ishlab chiqarish rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lashdan oldingi foyda}}{\text{Ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha qiymati}}$$

Moliyaviy hisobotlarga binoan aniqlanadigan soliq to'lashdan oldingi foyda hisoboti 2-shakildan, ishlab chiqarish asosiy va aylama fondlarning o'rtacha qiymati buxgalteriya balansiy yoki buxgalteriy birlamchi hisobot ma'lumotlariga binoan aniqlanadi.

Joriy xarajalar rentabelligi ilgari o'n foydalanadigan rentabellik ko'rsatkichi bo'lib, u korxonada xarajalarni mahsulotni ishlab chiqarib, uni sotishga ketgan xarajalar samaradorligini ifodalaydi. Demak, bu ko'rsatkich mahsulot sotish bilan bog'langan bo'lib, mahsulot sotishdan olingan foydaga asosan aniqlanadi.

$$\text{Joriy xarajalar rentabelligi} = \frac{\text{Mahsulot sotishdan foyda}}{\text{Sotilgan mahsulot tashkili}}$$

Mahsulot rentabelligi, qandaki, zavda tashkilotlarda keng foydalanib, hozirgi paytda foydalanish uchun hisobga tashkilotlarga ham tavsiya etilyapti. Bu ko'rsatkich va demak, u sotilgan mahsulotdan olingan foyda asosida aniqlanishi lozim.

$$\text{Mahsulot rentabelligi} = \frac{\text{Mahsulot sotishdan olingan foyda}}{\text{Mahsulot sotishdan tushum}}$$

Sotilgan mahsulotdan olingan tushum so'z bo'lishi lozim. Ya'ni yilgi tushumdan qo'shilgan qiymatga solandigan soliq va aksiz soliqlar olib tashlanishi kerak.

## 2. Qo'shimcha rentabellik ko'rsatkichlari:

Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi. Ma'lumki, korxonalar o'zlik va tashqaridan sarmoyar etilgan mablag'laridan foydalanadilar. Ularning samaradorligini alohida aniqlash, moliyaviy tahlilni chuqurlashtirishga yordam beradi.

$$\text{Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

Qarzga olingan kapitalning rentabelligi uzoq va qisqa muddatga olingan qarzlarning samaradorligini ko'rsatadi. Bu qarzlarning ham korxonaning butun ishlab chiqarish - xo'jalik faoliyatiga xizmat qiladi va shu sababli ular samaradorligi korxonaning yalpi foydasi asosida aniqlandi.

$$\text{Qarzga olingan kapitalning rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Qarzga olingan kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

Asosiy kapitalning rentabelligi ham korxonaning yalpi foydasi asosida aniqlanishi lozim. Chunki asosiy kapital korxonaning butun faoliyatiga xizmat qiladi va uning rentabelligi asosiy fudllarni korxonaning foydasi asosida aniqlangan fudllar qaytimidir.

$$\text{Asosiy kapitalning rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Asosiy kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

Aylanma kapitalning rentabelligi ham korxonaning yalpi foydasi asosida aniqlanishi lozim. Chunki aylanma mablag'lar ham korxonaning butun faoliyatiga xizmat qiladi. Bu ko'rsatkich korxonaning moddiy va pul aylanma mablag'lari samaradorligini ifodalaydi.

$$\text{Aylanma kapitalning rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Aylanma kapitalning o'rtacha qiymati}}$$

Investitsiyalar rentabelligi ham korxonaning yalpi foydasi asosida aniqlanib, bu ko'rsatkich korxonaning asosiy kapitalini hamda uzoq muddatga olingan kredit va qarzlarning samaradorligini ifodalaydi.

$$\text{Investitsiya rentabelligi} = \frac{\text{Soliq to'lanishdan oldingi foyda}}{\text{Asosiy kapital va uzoq muddatga olingan kredit usuzlarning o'rtacha qiymati}}$$

Shunday qilib, korxonalarning moliyaviy holatiga moliyaviy resurslarning alohida elementlari ta'sir ko'rsatar ekan, demak, bu elementlarning inon rentabelligini tahlil qilish katta ahamiyatga ega.

Ikkinchidan, korxona resurslarining alohida elementlari korxonaning moliyaviy holatini umumiy darajasiga ta'sir ko'rsatar ekan, bu resurslarning rentabelligi aniqlanganda, soliq to'lashdan oldingi, ya'ni yaloi foyda o'liboqsa olinishi lozim.

Etdi yaqorida ko'rilgan rentabellikning asosiy va qo'shimcha ko'rsatkichlarini korxona biz misolida ko'ramiz (qiyidagi jadval asosida).

**Rentabellik ko'rsatkichlari hisob-kitobi (o'ling to'm)**

Ma'lumotlar bazasi	Joriy davr	O'tgan davr	Dinamika
1	2	3	4
1. Korxonani aksiyalarining o'rtacha qiymati	7622,7	6901,1	110,5
2. Ishlab chiqarish to'lovlarining o'rtacha qiymati	4311,9	3125,0	137,4
3. Korxonaga tegishli kapitalning o'rtacha qiymati	5972,2	4537,8	131,6
4. Asosiy kapitalning o'rtacha qiymati	5535,2	3799,3	145,7
5. Aylanma mablag'larining o'rtacha qiymati	2087,7	3101,0	67,3
6. Hozir muddatli qarzlarning o'rtacha qiymati	1065,7	-	-
7. Mahsulotlar sotishdan tushum	9536,0	3279,6	103,8
8. Sotilgan mahsulotlarning tasharxi	5273,4	6017,1	87,0
9. Soliq to'lashdan olingan foyda	4550,0	3622,4	125,6
10. Mahsulotlar sotishdan olingan foyda	4362,6	3763,0	135,7
11. Rentabellik ko'rsatkichlari			
A) Asosiy ko'rsatkichlar, foiz			
1. Korxonani aksiyalarining rentabelligi (9:1)	59,7	52,5	113,7
2. Ishlab chiqarish rentabelligi (9:2)	105,5	115,3	91,5
3. Korxonani joriy xarajatlarning	86,2	54,7	159,0

rentabelligi (10:8)			
4. Mahsulot rentabelligi (10:7)	47,3	35,2	134,1
8) Qo'shimcha ko'rsatkichlar, foiz			
1. Korxonaga tegishli kapitalning rentabelligi (9:3)	76,2	79,8	95,5
2. Qozg'u ulingan kapitalning rentabelligi (9:6)	426,8	-	-
3. A'loiy kapitalning rentabelligi (9:4)	32,2	95,5	86,3
4. Aylanma kapitalning rentabelligi (9:5)	217,9	116,8	186,9
5. Investitsiyalarning rentabelligi 9:(3+6)	61,2	79,8	76,7

Jadval ma'lumotlariga va shu bilan birga rentabellik ko'rsatkichlariga bo'lgan quyidagi talablariga kelish mumkin:

- rentabellik ko'rsatkichlari joriy davrda o'tgan davrga nisbatan o'sish ko'rsatgan. Demak, korxonada faoliyatining moliyaviy natijalari yaxshilangan;

- lekin rentabellik ko'rsatkichlari har xil o'zgaragan. Demak, ularning o'zgarishiga har xil omillar ta'sir ko'rsatgan;

- eng yuqori sur'atlarda ko'tarilgan ko'rsatkichlar — bu joriy xarajatlarning va aylanma mablag'larning rentabellik ko'rsatkichlaridir;

- joriy xarajatlarning rentabelligini oshirish - sotilgan mahsulotlarning tannaxsiini pasaytirish yo'li bilan qo'lga kiritilgan;

- aylanma mablag'lar rentabelligining ko'tarilishi, fikrimizcha, korxonada ma'yoran yuqori aylanma mablag'larni yo'q qilish natijasi ha'lar kerak;

- sotilgan mahsulotlarning rentabelligi - sotilgan mahsulotlar tannaxsiining pasaytirishi natijasidir. Ko'rinib turibdiki, sotilgan mahsulotlarning hajmi 3,8 % ga ko'paygan, sotilgan mahsulotlar tannaxsi shu davrda 12,4 % ga pasaygan;

- korxonada aktivlarining rentabelligi ko'tarilgan, lekin shu davrda ishlab chiqarish fondlarining rentabelligi pasaygan. Bunga sabab o'rgatilayotgan davrda korxonada ishlab chiqarish fondlari 37,4 % ga ko'paygan. Yangi fondlar hali o'zlashtirilgan. Shu sababli ishlab chiqarish fondlari samaradorligi pasaygan;

- xuddi shu sabablarga ko'ra fondlarning o'zlashtirilganligi natijasida korxonaga tegishli kapitalining va investitsiyalarning rentabellik darajasi kamaygan.

Jadvalda keltirilgan ma'lumotlar shuni tasdiqlaydiki, rentabellikni tahlil qilishda ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish kerak. Bu ko'rsatkichlar har biri korxonalar moliyaviy natijasining, shahida tomcholarini, xususiyatlarini ifodalaydi va bu moliyaviy natijalarni har tomchlarga tahlil qilishga imkoniyat beradi. Rentabellikni tahlil etish rentabellik darajasiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni tahlil qilish bilan yakunlanishi lozim. Yuqorida keltirilgan rentabellik ko'rsatkichlariga, ulardan har biri bilan bog'liq bo'lgan omillar ta'sir ko'rsatadi.

Masalan, korxonalar aktivlari rentabelligiga aylanas mablag'larning aylanishi, mahsulot rentabelligi o'zgarishi, ishlab chiqarish rentabelligiga - aylanma mablag'larni birlashtirish, mahsulot rentabelligi o'zgarishi va mahsulot ferd sig'imi, fondlar qaynatilishi, mahsulot rentabelligiga mahsulot narxi, mahsulotlarga qo'yilgan narxni joriy xarajatlar rentabelligiga naralar va sotilgan mahsulotning tarkibiy o'zgarishi ta'sir ko'rsatadi.

#### Joriy xarajalar rentabelligi omillari.

Yuqorida aytilganidek, joriy xarajalar rentabelligiga quyidagi omillar ta'sir ko'rsatadi:

- sotilgan mahsulot narxining o'zgarishi;
- sotilgan mahsulot narxining o'zgarishi;
- sotilgan mahsulotning tarkibiy o'zgarishi.

Omili tahlil uchun indeks usulidan foydalanamiz. Buning uchun joriy xarajalar rentabelligini umumiy dinamik va omili indekslarini hisoblaymiz.

Joriy xarajalar rentabelligi dinamikasi, ya'ni joriy davrda o'tgan davrga nisbatan o'zgarish indeksi, ya:

Joriy davrda sotilgan mahsulotdan olingan foyda	O'tgan davrda sotilgan mahsulotdan olingan foyda
Joriy davrda sotilgan mahsulotning narxi	O'tgan davrda sotilgan mahsulotning narxi

Umumiy dinamik indeksning shakli:

$$\frac{\sum M_1 B - \sum M_1 T_1}{\sum M_1 Y_1} \quad \frac{\sum M_2 B - \sum M_2 T_2}{\sum M_2 Y_2}$$

bu yerda:

$M_1$  va  $M_2$  – joriy va o'tgan davrda sotilgan mahsulotlarni turlari bo'yicha nuqtdori;

$B_1$  va  $B_2$  – joriy va o'tgan davrda mahsulot turlari bo'yicha, tannarxi;

$T_1$  va  $T_2$  – joriy va o'tgan davrda mahsulotlarni turlari bo'yicha tannarxi.

$\sum M_1 B_1$  – joriy davrda sotilgan mahsulotlar tushumi;

$\sum M_2 B_2$  – o'tgan davrda sotilgan mahsulotlar tushumi;

$\sum M_1 T_1$  – joriy davrda sotilgan mahsulotlar tannarxi;

$\sum M_2 T_2$  – o'tgan davrda sotilgan mahsulotlar tannarxi.

Indeksdan ko'rinib turibdiki, joriy xarajalar rentabelligi dinamikasini aniqlash uchun bu rentabellikning joriy davrdagi darajasi o'tgan davrdag. darajasi bilan taqqoslanadi. Joriy xarajalar rentabelligi darajasi joriy va o'tgan davrda sotilgan mahsulotdan olingan foydani sotilgan mahsulotning tannarxiga bo'lish bilan aniqlanadi.

End, omili indekslarni keltiramiz.

#### Tannarxning ta'siri indeksi:

Joriy davrda sotilgan mahsulotdan foyda	Joriy davrda sotilgan mahsulotdan foyda,
Joriy davrda sotilgan mahsulotning tannarxi	mahsulotning o'tgan davr tannarxi bo'yicha
	Joriy davrda sotilgan mahsulotning tannarxi

Tannarxi ta'siri indeksining shakli:

$$\frac{\sum M_1 T_1 - \sum M_1 T}{\sum M_1 T} \quad \frac{\sum M_2 T_2 - \sum M_2 T}{\sum M_2 T}$$

bu yerda:

$\Sigma M_1 T_1$  — joriy davrda sotilgan mahsulotlarning o'lgan qiymati tannarxi.

Bu indeksda ham sotilgan mahsulotdan olingan foyda dinamikasi aniqlanadi, lekin bu gal joriy davrda olingan foyda o'rgan davr tannarxiga asoslangan foyda bilan taqqoslanadi.

Ko'rinib turibdiki, taqqoslashda faqat sotilgan mahsulotning tannarxi o'zgarayapti. Demak, bu indeks tannarxining joriy xarajatlar reabsorbelligi ta'sirini ifodalaydi.

**Narx-navo ta'siri indeksi:**

Joriy davrda o'rgan davr  
tannarxi asosida sotilgan  
mahsulotdan foyda

—————  
Joriy davrda sotilgan  
mahsulotning tannarxi

Joriy davrda o'rgan davr  
narx-navo va tannarxi  
asosida sotilgan mahsulotdan  
foyda

—————  
Joriy davrda sotilgan  
mahsulotning tannarxi

**Narx-navo ta'siri indeksining shakli:**

$$\frac{\sum M_1 - \sum M_2 T_1}{\sum M_1} \cdot \frac{\sum M_1 - \sum M_2 T_1}{\sum M_2 T_1}$$

Ko'rinib turibdiki, bu indeksda joriy davrda sotilgan mahsulot ( $M_1$ ) asosida aniqlangan ikki joriy xarajatlar reabsorbelligi darajasi taqqoslanayapti. Sotilgan mahsulotdan olingan foydalar aniqlanayotganda, sotilgan mahsulot soni ( $M_1$ ), sotilgan mahsulot tannarxi ham ( $T_1$ ) o'zgarayapti, narx-navo esa ( $B_1$  va  $B_2$ ) o'zgarayapti. Demak, bu hisob-kitobda joriy xarajatlar reabsorbelligi dinamikasiga narx-navo o'zgarishi ta'siri aniqlanishi.

**Mahsulot tarkibi ta'siri indeksi:**

O'rgan davrgi narx va  
tannarxi joriy davrda sotilgan  
mahsulotlardan foyda  
—————  
Joriy davrda sotilgan  
mahsulotning tannarxi

O'rgan davrda sotilgan  
mahsulotdan olingan foyda  
—————  
O'rgan davrda sotilgan  
mahsulot tannarxi

Nara-nava ta'siri indeksi shakli:

$$\frac{\sum M_1 B_1 - \sum M_1 T_1}{\sum M_1 T_1} ; \frac{\sum M_1 B_1}{\sum M_1 T_1}$$

bu yerda:

$M_1 B_1$  - sotilgan mahsulotdan joriy davrda o'tgan davr narxi asosida olingan tushum;

$M_1 T_1$  - joriy davrda sotilgan mahsulotning o'tgan davr tannarxida hisoblangan hajmi.

Ko'rinib turibdiki, bu indeksda joriy davrdagi o'rt xarajatlarni ruzbarshtlik darajasi o'tgan davrdagi rentabellik darajasi bilan taqqoslanadi, lekin bu rentabellik ko'rsatkichlarida foyda mahsulotlar tarkibi o'zgaragan. Demak, bu indeks joriy o'zgarish rentabelliga mahsulotlar tarkibiy o'zgarishi ta'sirini ifodalaydi.

Yuqorida foydalanilgan indekslarni aniqroq ko'p qiyin umim. Maliyaviy hisobda mahsulotlar sotish tashvini, sotilgan mahsulotlar tannarxi va sotilgan mahsulotlardan olingan foyda to'g'risida ma'lumotlar mavjud. Buxalteriya bilanchi hisobida foyda joriy davrda sotilgan mahsulotlarni o'tgan davr mahsulotlarida ( $\Sigma M_1 B_1$ ) va o'tgan davr tannarxida hisoblanish ko'rsatkichlari to'g'risidagi ma'lumotlarni olishga to'g'ri keladi ( $\Sigma M_1 T_1$ ).

Ayniqalagan omilni indekslar o'zaro aloqada bo'lsa, ular bir-biriga to'g'ri keladi, joriy amajalar rentabelligi umumiy tekshiri olinadi, ularning harbi o'zgarish fao'leri olinadi, ularning umumiy umimiy indeksning fao'ligi olinadi.

Buni quyidagi jadval ma'lumotlarida foydalanish tavsiyaymiz:

Joriy xarajalar rentabelligi omillari ta'siri

N	Ma'lumotlar bazasi	Ming so'm
1	Joriy davrda sotilgan mahsulotlardan tashvini ( $\Sigma M_1 B_1$ )	800
2	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar tannarxi ( $\Sigma M_1 T_1$ )	640
3	O'tgan davrda sotilgan mahsulotlardan tushumi ( $\Sigma M_0 B_0$ )	295
4	O'tgan davrda sotilgan mahsulotlar tannarxi ( $\Sigma M_0 T_0$ )	400
5	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr narxi-asosida ( $\Sigma M_1 B_0$ )	680
6	Joriy davrda sotilgan mahsulotlar o'tgan davr tannarxida ( $\Sigma M_1 T_0$ )	560



1. Joriy xarajalar rentabelligining umumiy dinomik indeks:

$$\frac{820-640}{640} \cdot \frac{193-630}{193} = 0,279 \cdot 0,719 = 0,201 = 20,1\%$$

Demak, joriy xarajalar rentabelligi joriy davrda o'tgan davrga nisbatan 16,7 % ga mingan.

2. Solingan mahsulotlar tamarxizining ta'siri:

$$\frac{820-640}{640} \cdot \frac{300-260}{260} = 0,279 \cdot 0,153 = 0,0426 = 4,26\%$$

Demak, korxonada solingan mahsulotlar tamarxizining o'zgarishi joriy xarajalar rentabelligiga salbiy ta'sir ko'rsatgan, natijada joriy xarajalar rentabelligi 53,4 % ga kamaygan (100-65,6). Joriy davrda o'tgan davrga nisbatan solingan mahsulotlarning tamarxi ko'tarilgan. Masalan, solingan mahsulotlarni bir so'mga nisbatan sarf etilgan xarajalar o'tgan davrda 17,6 tiyundan joriy davrda 20 tiyungga ko'tarildi.

3. Solingan mahsulotlarga quyilgan narx-navoning ta'siri:

$$\frac{820-640}{640} \cdot \frac{193-188}{188} = 0,279 \cdot 0,266 = 0,0743 = 7,43\%$$

Ko'rinib turibdiki, korxonada mahsulotlariga narx-navolar ko'tarilgan, natijada joriy xarajalar rentabelligi darajasi ikki marta ko'tarilgan. Demak, narx-navolarni o'zgartirish rentabellikka ijobiy ta'sir ko'rsatgan.

4. Solingan mahsulotlarning tarkibiy o'zgartirilishi ta'siri:

$$\frac{820-640}{640} \cdot \frac{11-10}{11} = 0,279 \cdot 0,0909 = 0,0253 = 2,53\%$$

Joriy davrda o'tgan davrga nisbatan solingan mahsulotlarning tarkibi o'zgarishi va bu o'zgarish joriy xarajalar rentabelligiga salbiy ta'sir ko'rsatdi. Bu omil ta'sirida joriy xarajalar rentabelligi 12,1 % ga kamaygan (100-87,9).

Umumiy rentabellik dinamik indeksini bilan omilli indekslar o'lasidagi bog'lanish quyidagicha tashqiqlanadi:

Rentabellik darajasi	Joriy davr	O'tgan davr	O'zgarish / kamayish
Umumiy rentabellik	25,0	21,4	+ 3,6
Tannarx ta'siri	25,0	37,5	-12,5
Muamavo ta'siri	37,5	18,6	+ 18,9
Mahsulot tarkibi ta'siri	18,6	21,4	-2,8
Jami	X	X	3,6

yoki

$$\frac{25}{21,4} = \frac{37,5}{18,6} \cdot \frac{25}{21,4}$$

yoki

$$1,16775747668224299 \text{ yoki } 116,7757\%$$

Demak, joriy asoslatlar rentabelligining umumiy indeksi uch omilli indekslar ko'paytmasiga barobar.

Ishlab chiqarish yoki ishlab chiqarish asosiy va aylanma foddaning rentabelligiga, yuqorida aytilgandek quyidagi uch omilli ta'sir ko'rsatadi:

- mahsulotlar rentabelligining o'zgarishi;
- foddar sig'irining o'zgarishi;
- aylanma mablag'larni birkirish ko'rsatkichining o'zgarishi.

Yana umumiy dinamik va omilli ko'rsatkichlardaani sozlayotiz.

### 1. Ishlab chiqarish rentabelligining umumiy dinamikasi:

$$\frac{\text{Joriy davrda olingan yalpi foyda}}{\text{Joriy davrda ishlab chiqarish foddarining o'rtacha qiymati}} : \frac{\text{O'tgan davrda olingan yalpi foyda}}{\text{O'tgan davrda ishlab chiqarish foddarining o'rtacha qiymati}}$$

Ishlab chiqarish rentabelligi dinamikasi - demak, bu joriy davrdagi rentabellik ko'rsatkich darajasini o'tgan davrdagi rentabellik ko'rsatkich darajasi bilan solishtirishdir.

## 2. Ishlab chiqarish rentabelligiga mahsulot rentabelligi o'zgarishining ta'siri:

$\frac{\text{Joriy davrdagi rentabellik darajasi}}{\text{O'tgan fondlar sig'iminining darajasi}}$	$\frac{\text{O'tgan davrdagi ishlab chiqarish rentabelligi darajasi}}{\text{O'tgan davrdagi fondlar sig'iminining darajasi}}$
---	---

Fondlar sig'imi darajasi — bu o'tgan davrda asosiy fondlar qiyosatini ishlab chiqarilgan mahsulotlarga bo'lishidir, ya'ni o'tgan davrda har bir so'zlik mahsulotga asosiy fondlarining qancha qiyosati to'g'ri kelishini ko'rsatadi.

## 3. Fondlar sig'iminining o'zgarishi ta'siri:

$\frac{\text{Joriy davrdagi fondlar sig'imi va o'tgan davrdagi aylanma mablag'larni birkatish ko'rsatkichiga asoslangan joriy davr ishlab chiqarish rentabellik darajasi}}{\text{O'tgan davrdagi fondlar sig'imi va o'tgan davrdagi aylanma mablag'larning birkatish ko'rsatkichiga asoslangan ishlab chiqarish rentabellik darajasi}}$
---

Hisab-kitob qilingan ishlab chiqarish rentabellik ko'rsatkichlarida faqat mahsulotning fondlarga qaytishi o'zlasaypti, demak, bu omilni ta'siri aniqlanmaypti.

## 4. Aylanma mablag'larning birkatish ko'rsatkichi o'zgarishining ta'siri:

$\frac{\text{Joriy davrdagi ishlab chiqarish rentabellik darajasi}}{\text{Aylanma mablag'larni o'tgan davrdagi birkatish ko'rsatkichiga asoslangan joriy davrdagi ishlab chiqarish rentabelligi darajasi}}$
---

Endi yuqorida ko'rilgan umumiy va omilni ishlab chiqarish rentabelligi ko'rsatkichlarini misolda miqdorda aniqlaymiz. Ishlab chiqarish rentabelligining umumiy o'zgarishi.

$$\frac{34}{31} \cdot \frac{12}{20} = (0,67:0,60) = 11,2$$

Demak, juriy davrda o'tgan yilga nisbatan ishlab chiqarish rentabelligi 11,2 % ga oshgan.

1. Mahsulot rentabelligi ta'siri:

$$\left(\frac{180}{330} : \frac{120}{200}\right) \cdot \frac{120}{200} = (0,55:0,60) = 109 = 109\%$$

Ishlab chiqarish rentabelligiga ta'sir qiluvchi omillarning hisob-kitobi (ming so'm)

N	Ma'lumotlar bazasi	Juriy davr	O'tgan davr	Dinamika,
1	2	3	4	5
1	Buyilgan mahsulotlar hajmi	550	400	137,5
2	Ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha qiymati	300	200	150,0
3	Asosiy kapitalning o'rtacha qiymati	220	150	146,7
4	Aylanma kapitalning o'rtacha qiymati	80	50	160,0
5	Soliq so'lishgan oldingi foyda	200	120	166,7
6	Mahsulot sotishlar foyda	180	110	163,6
7	Ishlab chiqarish rentabelligi (5:2)	66,7	60,0	111,2
8	Mahsulot rentabelligi (6:1)	32,7	27,5	112,8
9	Fond sig'imi (1:2) ta'siriga nisbatan asosiy kapital qiymati (2:1) ta'sir	40,0	37,5	106,7

Demak, mahsulot rentabelligining o'zgarishi ishlab chiqarish rentabelligiga ijobiy ta'sir ko'rsatdi va natijada ishlab chiqarish rentabelligi 9 % ga oshdi.

2. Fondlar qiymati (fond sig'imi) o'zgarishining ta'siri:

$$\left(\frac{180}{330} : \frac{220}{400}\right) \cdot \left(\frac{180}{250} : \frac{200}{200}\right) = (0,55:0,55) = 100 = 100\%$$

Fondlar qaytini usharning bir so'rniga nisbatan 37,5 tiyzadan 40,0 tiyzinga ko'tarilishi ishlab chiqarish rentabelligiga salbiy ta'sir ko'rsadi. Natijada ishlab chiqarish rentabelligi darajasi 4,9 % ga pasaydi.

3. Aylanna kapitalning biriktish ko'rsatkichi o'zgarishining ta'siri:

$$\frac{200}{300} \left( \frac{140}{550} \cdot \frac{320}{550} + \frac{50}{400} \right) = 10,666:0,273 = 38,7069$$

Aylanna kapitalni biriktish ko'rsatkichi o'zgarishi ishlab chiqarish rentabelligini 6,9 % ga ko'tardi.

Demak, ishlab chiqarish rentabelligiga mahsulot rentabelligini va aylanna kapitalni biriktish ko'rsatkichlari ijobiy ta'sir ko'rsatdi. Fondlarning qaytini esa salbiy ta'sir ko'rsadi. Endi korxonalar aktivlari rentabelligi va unga ta'sir qiluvchi omillarni ko'rib chiqamiz.

**Korxonalar aktivlari rentabelligining umumiy o'zgarishi:**

$$\frac{\text{Korxonalar aktivlarining joriy davrdagi rentabellik darajasi}}{\text{Korxonalar aktivlarining o'tgan davrdagi rentabellik darajasi}}$$

**Korxonalar aktivlari rentabelligiga ta'sir etuvchi omil ta'sir ko'rsatadi:**

1. Korxonalar aktivlarining aylanishi.
2. Mahsulot rentabelligi.

1. Korxonalar aktivlari rentabelligiga korxonalar aktivlari aylanishining ta'siri:

$$\frac{\text{(O'tgan davrdagi mahsulot rentabelligi)}}{\text{O'tgan davrdagi korxonalar aktivlari rentabelligi}} \times \text{(Korxonalar aktivlarining aylanish sur'ati)}$$

2. Korxonalar aktivlari rentabelligiga mahsulot rentabelligi ta'siri:

Joriy davrda korxonalar aktivlarining rentabelligi  $\times$  (Korxonalar aktivlarining aylanish miqdori)

O'tgan davrdagi mahsulot rentabelligi

Bu hisob-kitoblarni korxonalar ma'lumotlarida ko'rib chiqamiz.

**Korxonalar aktivlarining rentabelligi (ming so'm)**

Mu'ammolar bazasi	Joriy davr	O'tgan davr
1	2	3
1. Solingan mahsulotdan tashqari	600	500
2. Soliq ta'limmasdan oldingi foyda	150	100
3. Korxonalar aktivlarining o'rtacha qiymati	45	40
4. Korxonalar aktivlarining aylanish miqdori (1:3)	13,3	12,5
5. Mahsulot rentabelligi darajasi (2:1)	25	20
6. Korxonalar aktivlarining rentabelligi darajasi (2:3)	250	323

Joriy davrda o'tgan davrga nisbatan korxonalar aktivlarining rentabelligi 33,2 foizga oshdi. Ko'rinib turibdiki, korxonalar aktivlarining aylanishi tezlashgan — 12,5 martadan 13,3 marta gacha ko'paygan. Demak, bu omilning ta'siri:

$(20 \times 13,3) : 250 = (266 : 250) \times 100 = 106,4\%$  ijobiy bo'lib, aktivlar rentabelligini 6,4% ga ko'tarishga imkon bergan.

Mahsulot rentabelligi ham ta'lim qilinayotgan davrda ko'tarilgan, demak, bu omil ham aktivlar rentabelligiga ijobiy ta'sir ko'rsatgan. Ya'ni:

$$343 : (20 \times 13,3) = (343 : 266) \times 100 = 129,2 \text{ foiz.}$$

Korxonalar aktivlari rentabelligini 25,2% ga ko'tarishga imkon bergan. Iki omilning ko'paytirishi korxonalar aktivlari rentabelligining umumiy darajasiga teng, ya'ni:

$$\frac{1000 - 112}{112} = 88,2\%$$

Korxonam rentabellik ko'rsatkichlariga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni tahlil qilish uchun kerakli ma'lumotlar moliyaviy hisobotlarda va bida barcha buxgalteriya hisabida mavjud.

Omillar tahlil bo'yicha yuqorida keltirilgan sabablar omillar moliyaviy tahlilda, ayniqsa, rentabellik tahlilida omillar bo'yicha tahlil o'tkazishning obyektiv zarurligini tasvirlaydi va omillar bo'yicha o'tkazilgan tahlil korxonalarining moliyaviy holatini tahlil qilishni chuqurlashtirishi bilan ham yangi xulosalar chiqarishiga, tavsifalar berishga imkoniyat yaratadi.

#### Asoosiy atamalar va tushunchular

Buxgalteriya hisobi va hisobotlari. Ma'lumotlar bazasi. Moliyaviy tahlil. Moliyaviy holat. Boshqaruv tizimi. Moliyaviy tahlil natijasi xotimasi, Luqqoalasasi, Boshqaruv tahlili, Statistika, Iqtisodiy indekslar tizimi, Dinamik qismlar, Oqilchano korrelyatsiya, Gorizontal va Vertikal tahlil. Nisbiy ko'rsatkichlar, Auditor, Moliyaviy faoliyat, Daromad, Tuzatilib foyda, Buxgalteriya balans, Sho'ba korxonasi, Valyuta, Qimmatbaho qog'oz, Royalti, Transfer, Dividend, Asoosiy fondlar, Kapital, Sotishdan tashqari sof tushumi, Umumiy xo'jalik faoliyatidagi foyda, Moliyaviy mustahkamlik, Buxgalteriya balansining likvidligi, Aylanmas ushbu, Balans valyutasi.

#### Mavzu bo'yicha savollar:

1. Moliyaviy tahlil natijasida xotima tayyorlash nima uchun kerak?
2. Buxgalteriya hisobi va hisobotlari moliyaviy tahlilga ahamiyatini bildirib bering.
3. Moliyaviy tahlilning manbalari ha'lib nimalar hisoblanadi?
4. Moliyaviy tahlilni tayyorlash va o'tkazish qanday bosqich va muddatdan iborat?
5. Moliyaviy tahlil ko'p qirali tuzatilib ish bo'lib, u o'z ichiga nimalarni tahlil qilishni va aniqlashga qaratilgan bo'ladi?
6. Korxonalarining moliyaviy holati bu ... jumladan davom ettiring.

7. Moliyaviy tahlil qanday xususiyatlarga ega?
8. Boshqaruv tahlili xususiyatlarini ifodalab hering.
9. Omillararo korrelyatsiya, iqtisodiy indekslar va dinamik qatorlar ko'rsatkichlar ifodalashuvchilari nimalar hisoblanadi?
10. Boshqaruv tahlili kim tomonidan o'tkaziladi, qanday ma'lumotlar va maqsadi nimanadan iborat bo'ladi?
11. Moliyaviy tahlil korxonalarining qanday tarafdagi moliyaviy hisobotining ma'lumotlariga asoslanib o'tkaziladi?
12. Gorizontal tahlil natijasida nima aniqlanishi mumkin?
13. Nisbiy ko'rsatkichlar orqali nima ifodalantisbi mumkin bo'lishi to'g'risida ma'lumlang.
14. Moliyaviy tahlilning predmeti bo'lib nima hisoblanadi?
15. Moliyaviy tahlilning maqsadi nima va uning yo'nalishini o'tiberga o'tsak moliyaviy tahlil qay daqda bo'lishi mumkin?
16. Moliyaviy tahlil korxonalarining moliyaviy holatini tahlil qilishda qanday vazifalarni bajarishga yo'naltirilgan bo'lishi lozim?
17. Moliyaviy tahlil nimalar yordamida, qanday usullardan foydalanib korxonalarining qanday moliyaviy jihatlarini ifodalashga qaratilgan?
18. Kichik biznes korxonalarining moliyaviy faoliyati daqda nimalarni tashmasiz?
19. Solishda tashlar sof tashem aniqlantisbi to'g'risida ma'lumot bering.
20. Moliyaviy faoliyat sohalaridagi daromadlar nimalar asosida shakllantiriladi?
21. Korxonalar foydasining turlari bo'yicha axborot hering.
22. Umumiy xo'jalik faoliyatidagi foyda qay asosda aniqlanadi?
23. Moliyaviy holat korxonaning nimalariga ta'bir ko'rsatadi?
24. Buzg'uluvchi balansning ikkiligi deb, uning qanday holatiga ayirish mumkin?
25. Aylanma mablag'lar bo'yicha tashunchaga egsimisiz? Unday bo'lsa aylanna mablag' to'g'risida batafsil axborot berib o'ting.
26. Balans volatasi bo'yicha tashunchangiz hertmi?



## 9-BOB. TADBIRKORLIK ETIKASI VA MADANIYATI, ISHBILARMONLIK MULOQOTI ASOSLARI

- 9.1. Korxonada madaniyatini shakllantirish.
- 9.2. Tadbirkorlik etikasi va odob-axloq qoidalarini.
- 9.3. Tadbirkorlikning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish.
- 9.4. Xizmat yuzasidan munosabatlar.

### 9.1. Korxonada madaniyatni shakllantirish

Umuman olganda, tadbirkorlik madaniyatini tadbirkorlik tashkilotlari madaniyati, tadbirkorlarning o'z madaniyati, tadbirkorlik etikasi, biznes etikasi va madaniyat kabi tushunchalarni tashkil etuvchi boshqa ko'plab elementlarga bog'liq.

Tadbirkorlik madaniyatini shakllantirish ko'plab omillar bilan belgilanadi, ular orasida birinchi o'rinlarni siyohatlashga bag'liq tashqi tadbirkorlik mahiti, ijtimoiy va davlatiy aloqalar, haqiqatan ham mavjud bo'lgan huquqiy normalar, ularni tajovuzkor muhitda himoya qiladigan tadbirkorlarning huquqlari, majburiyatlari va mas'uliyatlari, va, albatta, tadbirkorlik o'zi va uning o'ziga tegishli korporativ madaniyat.

So'nggi yillarda imidj so'zi bizning hayotimizga qo'lyozma kabi bordi, bu bilan yakka tartibdagi tadbirkor, ham kompaniyaning mavjudligi belgilaydi. Tadbirkorlikda aynan, bu uning axloqiy, intellektual, kasbiy va axloqiy fazilatlarni atrofida tashkil topadigan baholani hisoblaydi. Tabiiyki, har bir kishi boshqalarga ijobiy ta'sir qoldirishga intiladi. Tadbirkorlikni shakllantirish o'z-o'zini anglatiradigan bo'lsa ham, keyin esa kasbiy fazilatlarni rivojlantirish, ijobiy potentsialni to'g'ri yo'lga chiqarish, odob-axloqni rivojlantirish, axtiruvchilik va hokazo. Odorning qiyofasi kompaniya, korxonada, tashkilot qiyofasi bilan to'liq bog'liq bo'lishi mumkin.

Kompaniyaning madaniyati, qonda tashkilotda, qiyofadagi ishtirokchilarning bilan belgilanadi (9.1-chiizim):



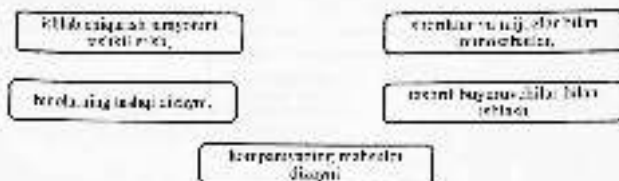
9.1-chorixta. Kompaniyaning madaniyati tashkilotlik millari

Korporativ identifikatsiya va imidj - kelajakka erishish maqsadida keng jamoatchilikka namoyish qilinadigan korxonalar (kompaniya) butun faoliyatining yakuniy natijalari. Ya'ni, har bir ishlab chiqaruvchi, tabiiyki, joriy tashkilot qoldirishga, ya'ni, joriy imidj yaratishga intiladi. Schematik tarzda korxonalar madaniyati shakllanishi 9.2-chizma shaklida keltirilgan.



### 9.2-chizma. Korxonalar madaniyatini shakllantirish

U ko'plab tadbirkorlik kompaniyalarida o'z ichiga oladi - ishlab chiqarish jarayonini shakllantirish, shartlar va muvofiqlik bilan munosabatlarni, bularning tashkilot dizayni, tadbirkorlik bo'yicha kompaniyalar bilan ishlab chiqarish va kompaniyalar madaniyatini dizayniga qaratilgan (9.3-chizma):



### 9.3-chizma. Korxonalar imidjini tashkilot qismlari

Ehtimol, imidj kreosopsiyasining mazmuri obra' va obra'ga nisbatan ancha kengroqdir, chunki bu tadbirkorning bevosita faoliyati doirasiga kirmaydigan masalalar bilan bog'liq. Bu ulaning ishki dizayni, zarur mebel va yordamchi jihozlarning mavjudligi, xizmat ko'rsatuvchi xodimlarni o'qitish va hokazolarga ealluqlidir. Oxir e'chtatda tadbirkor uchun foyda va foyda olish uchun barcha oqilona vesitalar foyda ketiladi.

## 9.2. Tadbirkorlik etikasi va adob-axloq qoidalari

Tadbirkorlik etikasi – bu ishbilanuvchis tuzilmalari va davlat, ish va eliharuvchi va iste'molchi, mijoz va sotuvchi, ishbilanuvchi, raqobatchilar hamda korxon ishidaagi ishlovchilar orasidagi mu'naviylik me'yorlari tizimidir. Biznes etikasi me'yorlari dunyodakidagi ishbilanuvchi tuzil va tuzil xususiyatlarini helgilaydi.

Etika tashvichlari ikkita jihatni o'z ishiga oladi: etika – bu, ma'lum jamiyat, kishilar guruhl, kasbkorlar uchun qo'llaniladigan usul va axloqiy me'yorlar tizimidir; etika viy me'yorlar huquq bilan, ya'ni davlat tomonidan belgilagan yoki tanqidlangan umuman qonun o'zini tutish qoidalari va me'yorlari nazariyasi bilan bog'liqdir.

Shunday qilib, insonning har qanday faoliyati, shu jumladan ishbilanuvchi ham, etika va huquqiy o'lchovlari bilan baholayadi. Anaundagi qonunchilik jamiyatda o'z xohish-irodasini biznesning axloqiy-huquqiy o'lchovlari asosida ifodalash uchun inson jamiyat, ishbilanuvchi qonuni bazoqligi uchun us'lon jazo belgilansa, uning biznes etika va axloqiy huquqiy me'yorlarni bazoqligi uchun u jamiyatning qabr-g'azabga duchor bo'ladi. Buning uchun, jamiyatda yuqori etika viy me'yorlariga amal qilinish kerak. O'z ishini qonun ha'yotini olib borish etika va ruhiy axloqiy o'lchovlarga rioya qilish bilan bir xil emas. Biznesda dog'ali tez-tez shunday vaziyatlar yaratiladiki, unda, qonuni buzmay turib etika viy me'yor va qoidalaridan og'ish yaratiladi, bu esa biznesning aniq o'zi uchun, balki jamiyat uchun hara salib y o'qilalar keltirishi mumkin.

Keyingi o'n yillikda G'arbda biznes etikasiga rioya qilish muhim jamiyat qiyotida eng og'riq muqabalar biriga aylandi. Qozirgi sharoitlarda bu masala bizning respublikamizda ham muhim

ho'lib bormoqda. Haliyevan biznes sohasining kengayishi, korxonalarining kuchayishi, nohaq raqobat, ishlab chiqarishda shriyotkorlik me'yorlari, mahsulot sifat standartlari bilan hisoblashmaslik, amf amhining amalalanishi kabi holatlar ishbihamonning r6b r6'g'irida jamiyatta salbiy fikr paydo ho'lishiga sababchi bo'ladi.

Ijtimoiy ta'qiqatlar natijalariga ko'ra bizning Vatanimiz ishbihamonlarining daray saviyasi rivojlangan amolokarlardagiga nisbatan past ekanligi aniq. Bunda umuman, hamdo'stlik amolokatlardagi, biznesning o'zi faoliyat sohasi sifatida ijobiy e'bol qilinsada, uning amalga oshirilishi shukki ijobiy bahalab bo'laydigan darajada o'eb hisoblanadi. O'x ravbarida, ishbihamonlar haqidagi jamiyatning salbiy fikrlari ham albatta, biznesning umumiy taraqqiyotiga putur yetkazishi turgan gap.

Diznes etikasining asosiy qoidalariga quyidagilar kiradi: qo'mni hurmat qilish, r6'g'irlik, o'x so'ziga va uzalgan sharonomga javab berish, ishonchlik, ishonch va ijtimoiy javobgarlik, hech qachun va hech qanday shartlarda o'x xizmatchilarini, buyurtmachilarini, hisadorlarini, r6'barlarini, mol yetkazish beruvchilarini, razorat qiluvchi idoralarni adomatlik majburiyatini va hoshiqalar. Taraqqiy topgan davlatlarda, ayniqsa Yaponiya va AQSHda Dmatarning o'bi kodeksi va biznesamallarining alohida kasb amolari guvohatining o'lishbihamonlar kodeksi keng q'llaniladi. Ularni sex etikasi kodeksi deb ham atash mumkin. Ushbu kodekalarga biznes n yoki bo' tarmoq imalari bir xil etika o'lashlarini q'llaydilar. Dunay kodekslar r6'barchilarining o'kaga xilof hushlarni aniqlashni osonlashtiradi. Ishbihamon biznes kodeksining asosiy qismlaridan biri ishbihamon va ishbihamon o'rtasidagi munosabatlar hisoblanadi.

Eng birinchi «Diznesmen kodeksi» amerikaliklar tomonidan 1913 yilda ishlab chiqilgan bo'lib, unda yetti ta ish yaritish qoidasi qabul qiligan. Bu qoidalar bitta asosga jamlangan bo'lib, bu biznes sohasidagi usul va siyosatni baholashda namning haqiqat va adolatlik tashvichlariga mos kelishi bilan belgilanganidir. Vaqt o'tishi bilan kodeks bir o'cha bor talamillasadi. Natijada, bu horada turk firmalar va kompaniyalar tomonidan to'plangan, ularning tajribasiga asoslangan, umumlashgan G'era ishbihamonlik amoyasida keng ma'huza bo'lgan ishbihamonlikning o'n nasihati bunga asos bo'ldi. Bu nasihatlariga har bir tadbirkor amal qilishi kerak.

Ular quyidagilardan iborat:

Tadbirkorlik ishiga oid g'oya topish.

Siz biznesga qanday tovar (tovar), xizmat turini taklif qilayotganingiz haqida aniq tasavvurga ega bo'lishingiz kerak. Avval o'zingiz qila oladigan narsadan nihayati sotish mumkinligini hal qilib, so'ngra ishlab chiqarish lozim.

*Taqdimotni qidiring.*

Raqobatchilar qo'rqmang. Bu – bizda bor narsa, unga o'ylanib a'zirsa yaramaydi. Sizga raqobatchilarga qarshi uchta kuchli qurol bo'ligini eslatating – ular sifat, narx va reklamaadi.

Sifat – bu asosiy xususiyatlarining (xususiyatining) mavjudidir. Xaridorga o'zir-qo'libda shunchaki buyumlar yoki xizmatlar kerak emas. Unga o'zir munomajoratining yechimi kerak. Aynan shu karta pul tezadi va uzoq ko'p foyda beradi. Masalan, devor bleklarini ishlab chiqarish va sotish mumkin. Ammo beton kuch quvvatini jamlab, xaridorga tayyor uy taklif qilish asosda foydalidir.

*Blansa-ya'ni nizing.*

Unda: Nima sotish kerak? Ushbu o'iradan tayyorlasa kerak? Bu qancha turadi? Kim uni sotib oladi? Xaridorlar tovar haqida bilsalari uchun nima qilish kerak? Sotuvni qanday qilib kengaytirish va hechqa masalalar ifodalalanishi zarur.

*Narxni hisoblashdan xaridaramang, uni ko'rishdan qo'rqing.*

Foyda, ikkita buyumni qiymati sotishda emas, balki ikki ming, ikki million xaridorga o'zir tovaringizni yoki xizmatingizni ularga narx narxda sotishingizdir.

O'zir tovaringizni reklama qiling. Mahalliy ro'zonada o'zir ishingiz haqida ma'lumot bering. Xaridor bo'lish shirkatli birlarga xat yubaring. E'lonlar, plakatlariga buyurtma bering va joylarga yopishtirib chiqing. Sotmoqchi bo'lgan narsangiz haqidagi ma'lumotlarni qanday qilib qisqa va asos bayon qilish haqida o'ylab ko'ring.

*Kredit olish amaldan ko'ra uni olishdan qo'rqmang.*

Siz, yoki pul ushib kreditni qaytarasiz, yoki pul toqmayasiz va uni qaytarmayasiz. Bor muammasiz siz. Yuqoridagi kredit ma'dori – bank tavalikali uchun bo'laydi. O'iramat bankidan uy qurilishi uchun kredit oling, uni ko'ring va ishlab chiqarish asosi sifatida ishlatang. Xa'jalik blekani ko'ring – bu sizning omborxanasigiz bo'ladi. O'iramat joydan

yana kredit oling — siz ish qilish qiyin, yoki, mashinani xavflovchi bilan ijara qiling.

#### *Xayrli bo'ling*

Axir, har bir ishbi'zmon sharik, sizga ko'ysunuvchi har bir xodim xu'di siz kabi insondir. Bunday odam bilan birga ishlash shaxsan siz uchun juda yoqinalidir. O'zingiz ham shunday bo'ling va odamlardan birdamiga ko'p narsa talab qilmang.

Tadbirkorlik madaniyati ijtimoiy-madaniy tizimning bir qismidir va jamiyat rivojlanishi evolyutsiyalanganligi sababli, tadbirkorlik madaniyati iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy voqealar evolyutsiyasi bilan birga rivojlanib boraди. Shuning uchun biz barjua oldidan, hurjua va postindustriya madaniyatini farqlashimiz mumkin, bu qadriyatlar, va'nalish, ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarishni tashkil etish usuliyatlari bilan ajralib turadi.

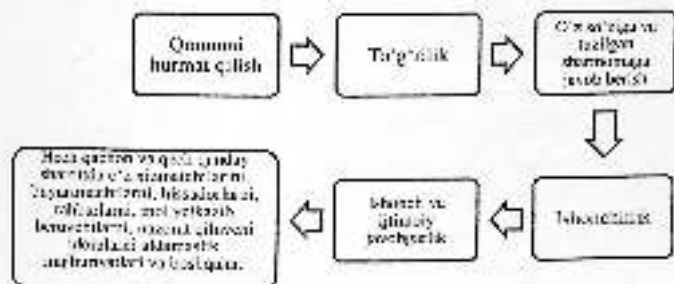
Mafanki, tadbirkorlik faoliyati — bu qobiliyatli fuqarolar va (yoki) ularning birlasmalarining erkin faoliyati. Ammo tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda iqtisodiy erkinlik bo'ling ishtirokchilari tadbirkorlik faoliyatini tartibga solishning belgilangan prinsiplari va usullariga rioya qilmaslikdan ozad bo'lishni anglatuvchi. Iqtisodiy erkinlik tadbirkorlik madaniyatining asasi bo'lib, uning shabida ishtirokchilar — oltar maliyaviy ahvol qonari (olgarlar deb ataladigan) uchun ruxsat berilishni namoyish etuvchi. Davlat tadbirkorlik faoliyatining ayon vakllari tomonidan tadbirkorlik faoliyatining boshqa ishtirokchilarining va umuman bazo iqtisodiyotining boshqa sahjektlarining, umuman jamiyatning muallotlarini va iqtisodiy erkinliklarini himoya qilish amogunda bar tomonlama iqtisodiy erkinlikning namoyon bo'lishini cheklash uchun amogiyat to'siqlarini o'marmoqda.

Tadbirkorlik madaniyatining birinchi universal element, tadbirkorlik faoliyati uning qatamiyligidir. O'z faoliyati jamiyatda tashkilo, davlat bilan, jamiyat bilan, yetkazib beruvchilar va iste'molchilar bilan, ishlabilar bilan turli munosabatlarni o'mastadi. Shu bilan birga, u tadbirkorlikni rivojlantirishga bayovita yoki bilvovita ta'bir ko'rsatishga amolidegi huquqiy hujjatlar, standartlar, qoidalar, me'me hujja ta'liy rioya qilishi shart.

Ikkinchi element — shariklar, raqobatchilar, iste'molchilar va ishlabilarqa moddiy va naroddiy vaer yetkazilishida namoyon

boʻladigan haqiqiy fujjarlar, shartnomaviy munosabatlarda va haqiqiy firibalar, ijorat oborotidan kelib chiqadigan majburiyat va majburiyatlarning qatʼiy bajarilishi.

Diznes etikasining asosiy qoidalariga 9.4-chizmada namoyon etilganlar kiradi.



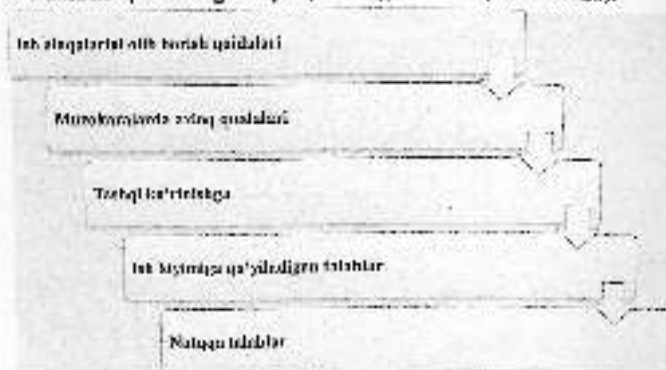
9.4-chizma. Diznes etikasining asosiy qoidalari

Tadbiikor o'z imidjini yaratishi, tadbiikor odob-axلاق qoidalariga o'ziga qilishi kerak. U xushmuomalalik, xushmuomalalik kabi foydali bo'lgan o'ziga qiyosiy pichoqlikda o'zini tutish qobiliyatiga ega, balki oddiy hayotiy pozitsiya uchun haddi zarur ekanligini aniq tushunishi kerak. Moleqot madaniyati, muqommolik, yaxshi niyat haqida unqiyasligini kerak, siz his tuyg'ularingizni to'liq nazorat qilishingiz kerak. O'z o'zining madaniyati yashash turishingiz, o'z o'zining o'ziga qiyosiy pichoqlik, nafaqat yurushning yurush, balki uning faoliyatida o'ziga qiyosiy pichoqlikni kufur qiladigan tadbiikor qiyosiy pichoqlikga ega bo'lishingiz kerak.

Tadbiikor odob-axلاق – bu tashqi ko'rinish bilan, tashqi dunyo bilan, boshqa tadbiikorlar, raqobatchilar, ishchilar bilan, tadbiikor o'ziga qiyosiy pichoqlikni amalga oshirishda, balki har qanday hayotiy vaziyatda aloqada bo'lgan barcha shaxslar bilan munosabatlarni tartibga soladigan tadbiikorlik axلاق qoidalari.



**To'g'ri xalq-atvor ko'nikmalarini egallash uchun siz tanishish va tanishtish qoidalariga rioya qilishingiz kerak (9.5-chizma).**



**9.5-chizma. To'g'ri xalq-atvor ko'nikmalarini egallash uchun tanishish va tanishtish qoidalarini**

Bunaga ko'nikmalarga ega bo'lish uchun, ish aloqalarini olib borish qoidalarini, muzokaralarda axloq qoidalarini, tashqi ko'rinishga, ish kiyimiga qo'yiladigan talablar, natqqa talablar, shaxsiy axloqiy me'yorlarning aynanmas qismini bo'lgan shaxsiy nuqtalar va tadbirkorlik etikasining boshqa elementlariga rioya etmoq kerak.

### **9.3. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish**

Tadbirkor shaxsiy sifatlarining strukturaviy modelini ikki xil sistema ko'rinishida namoyish qilish mumkin. Bizmada modelda tadbirkorning umumiyshaxsiy sifatleri keltiriladi. Ikkinchi modelda esa, kash sifatleri yig'indisi keltirilgan.

Shunday qilib, tadbirkor bo'lishga ahd qilgan kishi, o'zining imkoniyatlari, qobiliyatlari, shu jumladan o'z izlanuvchilik qobiliyatini aniq o'libay bilishi kerak. Biznes – bo'lishni chuqur bilish, kundalik tanisiz mehnat, bir me'yordagi iqtisodiy sharoitdagi yuz beradigan doimiy saqobat, unga faqat o'z ishining ustasigina tuzib bera oladi.

Indokning umumijtimoiy sifatlariga: ma'naviy sifatlar, ijtimoiy, ruhiy va tabiiy-geenetik sifatlar kiradi.

Ma'naviy va ijtimoiy-ruhiy sifatlari 9.6-chizmada keltiriladi.



#### 9.6-chizma. Tadbirkorning ma'naviy va ijtimoiy sifatlari

Tadbirkorning kash sifatlariga quyidagilar kiradi: ishni muvaffaqiyatli bajarish, intellektual-irodaviy, tashkilotchilik sifatleri. Ishni muvaffaqiyatli bajarish — bu kishini, lavozimiga saylashda uzoq muddat muhim bo'lgan sifatidir.

Kompetentlik darajasi — tadbirkorning biron masalani yechish yuzasidan va tajribaning yetarliligi va huquqiy jihatdan asoslanishi, ya'ni masalani hal qilishga haqqi borligini bildiradi. Shuning uchun tadbirkor, huquq, tadbirkorlik, menejment, marketing asoslari sohalarida muassas bilimlarga ega bo'lishi kerak.

Intellektual irodaviy sifatlar — bu tadbirkorning aql-ijodasi, sahat va matonati kabi sifatlarini o'z ichiga oladi. To'g'rilik — odamlar bilan odob-axloq asosiga qurilgan munosabatni, xush fikrlilik, to'g'rilik esa har qanday vaziyatda o'zini tana bilishni anglatadi.

Xushmuomahalik — xalq atovining kundalik xususiyati bo'lib, odamlarni hurmat qilishni anglatuvchi axloqiy qadriyatdir.

Tashkilotchilik sifatlariga esa tadbirkorning faoliyatini uyushtirish va boshqarish, shu jumladan, ishchi-xizmatчилarni ishga yondashish ulami ishchilarga olish va ilgqrlantirish kabi sifatlar kiradi.



9.7-chizma. Tadbirkorning shaxsiy sifatleri

Tadbirkorning shaxsiy sifatleri imkonini yana quyidagi sifatlar bilan ta'kidlash mumkin: odamlar bilan ishlay olish tajribasi, oliy ma'lumat hajmidagi maxsus bilimlar, ijodiy faollik, amirkorlik, vaziyatga hoh ber olish, kelajakni ko'ra olish va boshqalar (9.7-chizmaga qarang).

Ammo, yuqorida qayd qilingan hamma sifatlariga ega bo'lgan ta'kid bir tadbirkorni topish qiyin, chunki, odatda, bir kishida bunday xislatlarning hammasi jamiyat bo'lishi mumkin emas. Shunday bo'lsada tadbirkorlar bunday xislatlarga ta'kid ega bo'lishga intilishlari lozim.

#### 9.4. Xizmat yuzasidan munosabatlar

Biznes yutug'i nafaqat firma ishii iqtisodiy ko'rsatkichlariga, balki sezilarli darajada tadbirkorning o'z xizmatчилari bilan munosabat raqamda to'g'ri yo'lga qo'yilganligiga ham bog'liq. Yuqori natijaga erishayotgan ishlabchilar o'z ishida inson omiliga katta e'tibor beradilar, ya'ni o'z xizmatчилari bilan munosabatlarni o'zaro hurmat, tartib, haqqo'ylik, adillik asosida quradilar. Tadbirkor va ishlabchilarning munosabatlari asosiy ish bitimida belgilanadi. Ish bitimidagi asosiy tartib-iamoyillar 9.8- chizmada keltirilgan.



- Ishchi amaliyotlari.
- Ish haqini to'lashni va muddati.
- Ish kunini davomiyliqi.
- Davozim ehtiyoji
- Muddat oshirish, ish haqini oshirish sharti va boshqa masalalar.
- Muddat oshirish davomiyliqi va sharti, haqqilik va haqqi bo'yicha taqqoslash va boshqa masalalar haqqida maslahat berilishi.
- Isha chiqarishni taqqoslash va boshqa ishlar oshirish masalalaridagi belgilash mas'ul. Shu bilan ishida yangi ishlabchilarning ayvoni bilan ishni mutaxassislik darajasiga va mukozatiga, davozim talablarini haqqida oshirish sharti va boshqa masalalar.

#### 9.8- chizma. Asosiy ish bitimida qisman yuqoridagilar izohlanadi

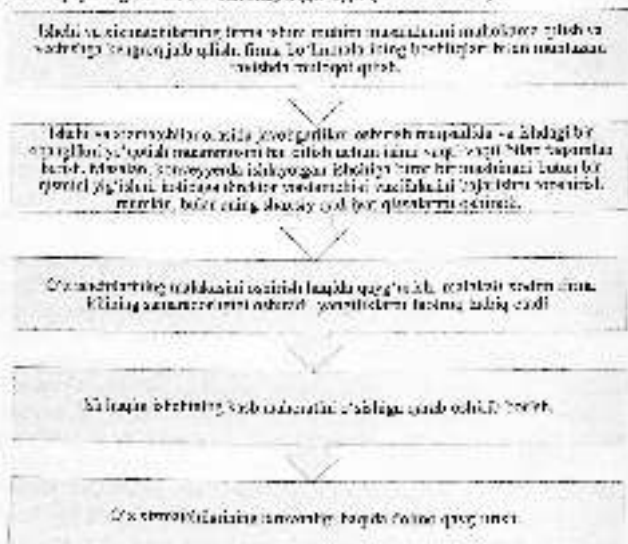
Insonning jannat bilan kirishib ketishi, spirti ichimliklarga muvohiqat, ixtiyozsuzlik va shunga kabi xilafatlar bo'yicha bog'liq bo'lmagan sharoitlarni kuzatish ustabi bo'lib xizmat qilishi mumkin emas. Tadbirkor davomida kuzatayotgan ishlabchilarning zarur bilim va amaliy mahorati aniqlanadi. Tadbirkor hushyor, mutaxassislar va xizmatчилarning majburiyatlarini haqqida qo'shimcha ko'rsatma va muvohiqat ko'rsatib qisqartirish yoki ko'paytirish mumkin. Bunday holda ishchi amaliy sharoitga nisbatan ma'lum ko'rsatma bilan ko'rsatilgan vazifalarni bajarib olishi bo'yicha sinovdan o'tkaziladi. Ishchi sinov natijasi tadbirkor tomonidan emas, balki ishchi tomonidan o'tkaziladi, chunki o'z ishida ishlabchilarning qo'shimcha sharoitlarini aks ettiradi.

Agar muvohiqat sharoitlari taqqoslanmagan sinov o'tkazilganligi haqqida tomonlarning roziligi bo'yicha bitimlar bo'lmasa, ishchi

sinovga har doshi bormaganligini sabab qilib uni ishdan bo'katski mumkin emas. Sinov shartlari ishga qabul qilish tartidagi buyruqda albatta o'z aksini topishi kerak. Aks holda agar u muvaffaqiyatli yoki og'ir holda ishga qabul qililganligiga rozi bo'lgan bo'lsa, u sinov tartidagi ishga qabul qilimgan hisoblanadi.

Tadbiqkor strukturalarida kash va lavozimlar o'zaro bog'liqligi bu tadbiqkor jamoalarning birgalikda ishlagan jarayonini taqdiradi. Ishlar chiqarish jarayonida tashkilotchilik va boshqarish yuzasidagi masalalarni hal qilishni yengillashiradi, mehnat jarayonining ishbilar o'rtasida u yoki bu ishning taqsimotini takdirlashni ta'minlashga imkon beradi.

Tadbiqkorning o'z xizmatdoshlari bilan munosabatini mustahkamlashida quyidagi tartibda amalga oshirilgan o'z (9.9-chizma):



9.9-chizma. Tadbiqkorning o'z xizmatdoshlari bilan munosabatini mustahkamlash tartibi

Tadbirkorlar mijozlari bilan aloqa o'rnatishda quyidagilarni bajarishi zarur (9.10-chizma):



9.10-chizma. Tadbirkorlar mijozlari bilan aloqa o'rnatish qoydasi.

Hozirg kunda ko'plab mamlakatlarda tadbirkorlik (sohiyati individual va jamiyatiy mahmami biridir). Shuning uchun tadbirkorlik madaniyati mahiyatini o'rganish aynan. O'zbekiston uchun muhim va dalalardir, chunki bazar munosabatlari rivojlanishi, jamiyatning yangi tuzilishini shakllantirish, an'anaviy boshqaruv usullarining o'zgarishi, iqtisodiy mustaqillikning kengayishi, tadbirkorlik shaharlari ushbu jarayonda mos keladigan tashkil etishning eng muhim shaklidir.

Tijorat va mijozlari sohasida tadbirkorlik madaniyatini shakllantirish davlatning sivilizatsiyalashgan bazar munosabatlari bazo o'lasatirishda unga muvofiqlik o'rnatish bilan munosabatlashish va tadbirkorlik madaniyatini shakllantirishni talab qiladi.

**Asosiy tashkilot va tushunchalar**

Etika, Tadbirkorlik madaniyati, Tafakkur, Korporativ madaniyat, Imidj, Mavqe, Odob-axloq, Tadbirkorlik etikasi, Me'yor, Qoida Ishlatilmalar kodeksi, Etika kodeksi, Biznesmen kodeksi, Muloqot madaniyati, Tadbirkor odob-axloqi, Model, Sifat, Qobiliyat, Raqobat, Tadbirkorning umumijamoiy sifatlar, Umirkorlik, Ish bitimi, Intizomiylik, Mehnat shartnomasi, Mentalitet.

### Mavzu bo'yicha savollar:

1. Tadbirkorlik madaniyati amaldar bilan elchibarchas bog'ligi?
2. Tadbirkorlik madaniyatini shakllantirishda birinchi o'rinlar qaysi omillar bilan belgilanadi?
3. Tadbirkor inijini ifodalab bering.
4. Tashkilot qiyofasi tarkibiy qismlari nimalarni o'z ichiga olgan?
5. Kompaniyaning madaniyati qanday iski omillar bilan belgilanadi?
6. Tadbirkorlik etikasi depanda nima ni tushunasiz?
7. Etika tartibini yoritib bering.
8. Biznes etikasining asosiy qoidalari qaysi amallar kiradi?
9. Biznesmen kodeksi kimlar tomonidan ishlab chiqilgan va unda muhtasabli yanitish qoidasi mavjud?
10. Tadbirkor qadriyatlarini deganda nima ni tushunasiz? mumkin?
11. Tadbirkor shaxsiy sifatlarining strukturaviy modelini nechi xil sistemalar ko'rsatishida namoyisa qilish mumkin? Har birida qanday sifatlar keltirilgan?
12. Tadbirkor bo'lishga qanday o'qib o'lish nimalarni aniq o'lasay bilishi kerak?
13. Biznes bilan ish jarayonida qanday nuqtayi nazardan kelib chiqib boshlab, ayniqsh, uzoq muddat va faoliyat nimalarida iborat bo'ladi?
14. Tadbirkorning umumiy tamoyil sifatleri to'g'risida ta'lim berib.
15. O'zbekistonlik tadbirkorlikni anglatishi mumkin?
16. O'zbekistonlik tadbirkorlik bilan tadbirkor munosabatlari nimalarga asoslanishi kerak?
17. Ma'naviy shaxsiyatni bo'yicha nimalar nazarda tutiladi?
18. Nima uchun tadbirkorlik madaniyatini muhojirini o'rganish ayniqsa, O'zbekistonda ayniqsh muhim va dolzarbdir?

## **10-BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING EKSPORT SALOHİYATINI BAHOVLASHI**

10.1. Tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati va eksportyor korxonalarining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi.

10.2. Tadbirkorlikning eksport salohiyati.

10.3. O'zbekistonda eksport bo'yicha ko'rsatkichlar.

10.4. Xalqaro tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyati uchun yaratilgan imkoniyatlar.

10.5. O'zbekiston Respublikasining tashqi savdo aylanmasi.

10.6. Eksporning tovar va geografik tarkibini takomillashtirishi.

### **10.1. Tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati va eksportyor korxonalarining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi**

Ekspost diversifikatsiyasi, ya'ni xorijga sotilayotgan tovarlar va xizmatlar nomenklaturasining kengayishi, jami eksportda alohida tovar yoki xizmat turi (guruhga, soha ashyo) ulushining katta bo'lishiga beqaror bo'lish, muhsulotlarimiz eksporti qilinayotgan mamlakatlarda geografiyasini kengaytirish eksport hajmining baxqaror bo'lishini ta'minlaydi, milliy iqtisodiyotning tashqi bozordagi salhiy o'zgarishlarga ta'sirchanligi darajasini pasaytiradi.

Ekspost tarkibida bir yoki bir necha tovarlar ulushining sezilarli darajada oshib ketishi bu tovarlar ma'no pasaygan yoki ularga tashqi talab qisqaygan holatlarda eksportchi korxonalarini og'ir ahvolda solib qo'yishi mumkin. Hozirgi vaqtida eksport hajmining qisqarishi davlat muhsulotlarining kamayishi, tashqi savdo balansining yomonlashishi va korxonalar moliyaviy ahvolidning tanglikka yuz kelishiga olib kelishi mumkin.

Shuningdek, eksport umumiy hajmining kam sonli davlatlarga bog'lanib qolishi ham qattiq holat hisoblanadi. Prezidentimiz tomonidan ushbu sohada ilgari surilgan tayyor raqobatbaroborlik talimotlar eksportini faol oshirish va bu muhsulotlar yerkazib beriladigan mamlakatlarda geografiyasini yanada kengaytirish vazifasini amalga oshirish eksport hajmini baxqaror o'stirish, tashqi bozordagi o'zgarishlar ta'sirida uning hajmi keskin kamayish xavfini bartaraf



ish imkonini beradi. Eksport qilinayotgan tovarlarni diversifikatsiya qilish, ularni import qiluvchi mamlakatlar geografiyasini kengaytirish bu mamlakatlardan biri yoki bir guruhning iqtisodiyotida umumiydir. So'z berganda ham eksport harajating keskin pasayishi kerishiga yo'l qo'ymaslik imkonini beradi.

O'lgan yillar mobaynida eksport qiluvchi korxonalarini qo'llab-quvvatlash berasida amalga oshirilgan shora tadbirlar iqtisodiyotimizning eksport salohiyatini yuksaltirish, rasmiy savdo tarkibida ijobiy o'zgarishlarga olib kelishi, uning hajmini beqaror o'stirish imkonini bermoqda.

### 10.2. Tadbirkorlikning eksport salohiyati

Hozirgi kunda shulini ish bilan band qilishda darajasi darayning ko'pgina mamlakatlarida katta o'zgarishlarni keltirib chiqaruvchi, shuning yaratilgan darajada o'z daromadiga ega bo'lishi va o'z ishining ishlab chiqarishiga be'vosita va'va ko'rsatadi.

Ushbu olib kelinayotgan mahsulotlar yalpi import tovarlar sifatida qisqalgan va avvalar aholisi tomonidan yasab kelib olinmasa, sotib olinmasa bunday hol ma'lum bir qat'iy holatni keltirib chiqaradi. Sizlarda o'zlashtirish aytishmasi har tomonlama ta'g'iri yo'lga qo'yilgan taqdirdagina ishlab chiqarish jadal o'zlashtiradi. Iqtisodiy bo'lg'in va ta'ximiy faoliyatida davom etib ketadi. Importning jufi bo'lg'in so'z bu eksportdir.

Eksport bu – tovarlarni chet ellik mijozlarga sotish bo'lib, bunda ma'lum mamlakatda ishlab chiqarilgan tovarlar mamlakatdan tashqariga chiqariladi. Tovarlarni bir mamlakat orqali olib o'tish tranzit, bir mamlakatdan olib kelingan tovarlarni boshqa mamlakatlarga sotish uchun chiqarish – reeksport deb yu'kiladi.

Har qanday davlat uchun eksport, import va chet ellarda boshqa sharoitlarni ta'lash uchun zarur bo'lg'in chet el valutasining asosiy manbai. Eksportni kengaytirish ma'lum mamlakat hisob-raqibi va davlat eksport uchun amalga oshirilgan ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatlashning turli shakllarni keng qo'llaydi – bular, soliq imtiyozlari va boshqa unijiyaviy ko'rsatkichlar, eksportni davlat tomonidan kreditlash ham shular jumlasidandir.

Eksporni cheklash aksariyat hollarda xarajiyat mamlakatlari bilan olib boriladigan savdoga embargo joriy etish yo'li bilan siyosiy maqsadlarda amalga oshiriladi. Aynan tovarlar eksporti ba'zan iqtisodiy yoki ekologik sabablarga ko'ra cheklanadi. O'zbekiston Respublikasining Bujxona kodeksiga muvofiq, tovarlar eksporti bujxona to'lovlari, bujxona to'lovlari va/yoki yig'ini to'lovlaridan keyin, iqtisodiy siyosat tadbirlariga rioya etilgan va qo'ndiriliblikda nazarda tutilgan boshqa talablar bajarilgan hollarda O'zbekiston Respublikasining bujxona bududida o'zgarishga ehtiyoj qilmaydi.

Eksport bilan shug'ullanuvchi ko'pgina mamlakatlarda eksport tovarlari qo'shilgan qiymat solig'idan va shunga o'xshash soliqlardan azod qilinadi. Mamlakatning o'zida ishlab chiqarilayotgan moddiy buyuklar eksport tarkibi milliy iqtisodiyotining o'ziga xos xususiyatlari, uning xalqaro mehnat taqsimotidagi o'rnini bilan bog'liq. Sanoat rivojlangan mamlakatlarga sanoat mahsulotlari, ayniqsa, mashinasozlik mahsulotlari va texnologiyalar eksport qilish xos bo'lsa, agrar iqtisodiyotga ega bo'lgan mamlakatlar eksportida xomashyo va oziq-ovqat asosiy rol o'ynaydi. Yakkalab ziroatchilik xo'jaliklari hulumat bo'lgan mamlakatlar eksportida 1-2 tovar turi asosiy o'rnini egallaydi.

Har bir davlatning o'z eksport mahsuloti mavjud. Shu jumladan, O'zbekistonda eksport qilinuvchi tovarlar ham mavjud bo'lib ular soni yil sayin o'sib borib bormoqda. Ularning tarkibiga neft mahsulotlari, energiya tashuvchilar, qora va rangli metallar, kimyoviy mahsulotlar va ularning sanoati, paxta, avtomobilsozlik mahsulotlari va boshqalar kiradi. 2017-yilgi statistikaga ko'ra eksportimiz 13,952 mlrd dollarini tashkil etdi.

### 10.3. O'zbekistonning eksport bo'yicha ko'rsatkichlari

O'zbekistonning eksportida so'nggi bir necha yildan beri xizmatlar eksportining ulushi tobora o'sib bormoqda. Ayni vaqtda, terimiga har yil kuzda mang'lab boshqa kasb egalari ham jalb etiladigan paxta to'lasining eksporti yildan yilga qisqarib bormoqda «Daryo» O'zbekistonning 2006- yildan 2017 yilgacha bo'lgan eksport ko'rsatkichlarini bir sahifaga jamlashga urush ko'rdi Bunda O'zbekiston Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari va Massachusetts

tehnologiya loyihalarining MeoIn laboratoriyasi tomonidan tayyorlangan OEC loyihasida e'lon qilingan ma'lumotlarga taysaidi.

OEC loyihasida e'lon qilingan raqamlar BMTning I.T.N Comtrade dasturidan olingan va unda, eng asosan, xizmatlar eksportining ulushi hisobga olinmagan. BMTning tashqi shah'asi esa mazkur statistik axborotni O'zbekistonning davlat idora va muassasalaridan, shuningdek, O'zbekiston a'zo hisoblangan xalqaro tashkilotlardan olgan. OECdagi bazada eksport qilingan mahsulotlar nomi ko'krak ko'rsatigani, shuningdek, ular nisbatan aniqroq tuzatilgan. Xususan, eksport qilingan mashina va uskunalar tarkibida avtomobillarning, oziq-ovqat mahsulotlari tarkibida meva-sabzavotning ulushini aniq ko'rish mumkin. Aksincha, paxta xomashyosi va paxta tolasi bilan bog'liq mahsulotlar turi shu qadar ko'pki, ularni aniq xomashyo va tola sifatida ajratib olish mushkul. Shu bois, paxta va uni qayta ishlash natijasida hasil bo'ladigan barcha mahsulotlar yengil sanoatga aloqador bo'lganidan katta chiqib, birin to'g'irachilik sanoati bir turdagi sifatida ajratildi.

Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlar asosidagi O'zbekistonning eksport-impport ko'rsatkichlari:

Asosiy kapitalga investitsiyalar hajmi kamayib, o'tgan yilning shu davriga nisbatan 85,5 foizni tashkil etdi. Shuningdek, qurilish ishlari hajmi 6,5 foizga o'sdi.

O'tgan yilning shu davriga nisbatan chokana tovar aylanmasi 3,8 foizga, xizmat ko'rsatish 9,9 foizga oshdi.

2020 yil yanvar-mart oylarida respublikaning tashqi savdo aylanmasi 8,1 mlrd. AQSH dollarini, shu jumladan eksport - 3,57 mlrd. AQSH dollari, import 4,76 mlrd. AQSH dollarini tashkil etdi.

Tovar aylanmasi hajmi o'tgan yilga nisbatan kamaydi va o'tgan yilning shu davriga nisbatan 89,8 foizni tashkil etdi. Shu bilan birga, eksport hajmi hisobga nisbatan kamayib, o'tgan yilning shu davriga nisbatan 89,1 foizni, import esa 90,3 foizni tashkil etdi.

Tashqi savdo balansining saldosu salbiy bo'lib, 1380,9 mlrd. AQSH dollarini tashkil etdi.

Ko'pgina yo'nalishlarda birinchi chorak ko'rsatkichlari etarlicha ijobiy natijani qayd etgan bo'lsa ham davrning ko'p qismida O'zbekiston iqtisodiyoti koronavirus infeksiyasi bilan bog'liq chetkiy choralari ta'sirini sezganidir. Dalolat beradi. Shunga qaramay, hushq

мамлакатlar tomonidan pandemoniyaga qarshi kurash bo'yicha ko'ndirayotgan choralar tashqi iqtisodiy faoliyat natijalariga allaqachon o'zining salbiy ta'sirini etkazdi. Boini cheklov choralarini boshqa mamlakatlar tomonidan ancha avval qo'llanila boshlangan.

#### **10.4. Tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyati uchun yaratilgan imkoniyatlar**

2017- 2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshinchi ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi doirasida Respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishini yanada rag'batlantirish nuqsonidagi keng ko'lami institutsion va tizim islohotlar amalga oshirildi. O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi tizimi qayadan ishlab chiqarib, biznes rivojlanishini qo'llab-quvvatlashda yangi yondashuvlar tadbiriq etilgani, tadbirkorlik subyektlarining qonuniy manfaat va huquqlarini himoya qilishning muhim yangi tizim joriy etilgani, biznes bilan munosabat qilishning, ayniqsa, viloyat, shahar va rayonlarda xususiy mexanizmi joriy etilgani mamlatimizda ushbu sohada olib borilayotgan islohotga misol bo'la oladi.

Shu bilan birga, respublikamiz tadbirkorlik subyektlarining tashqi bozorlardagi ishtiroki va eksport faoliyatini yanada kengaytirish uchun tegishli shart-sharoitlar yaratish ustuvor vazifalardan hisoblanadi. Ma'lumki, hozirda tashqi bozorlarda keskin raqobat va davom etayotgan iqtisodiy inqiroz sharoitida erkin-erkin eksport faoliyatini yaratish, yangi bozorlarga kirib borish murakkab masala. Ushbu vaziyatda, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik o'zining qiyinchiliklari, qiyin sharoitlarga tezda moslasha olishi bilan eksport faoliyatining dinamikasini ta'mirlaydi.

Shuni inobatga olgani holda, Davlatimiz tomonidan tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyatini rivojlantirish uchun ham so'nggi yillarda keng ko'lmi ishlar amalga oshirilgan.

Tadbirkorlik subyektlari eksport salohiyatini yanada kengaytirish, ularga zamonaviy, da'vi el bozorlarida raqobatdosh mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirishda va uni eksportga chiqarishda zarur huquqiy, moliyaviy va tashkiliy yordam ko'rsatish, mamlatimizning eksport qiyinchi tadbirkorlarini tashqi bozor kon'yunkturasi o'zgarishlari xavfi-

szaxatlaridan ishuvichli himoya qilishni ta'minlash maqsadida Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksportni qo'llab-quvvatlash jarig'amasini tashkil etildi. Joriy yilning o'zida ushbu Fond tomonidan 2 162 ta tadbirkorlik subyektlariga o'z tovar va xizmatlarini eksport qilishda huquqiy, moliyaviy va tashkiliy xizmatlar ko'rsatilgan, jumladan, 1 767 ta tadbirkorlik subyektlariga tashqi bozorlarni o'rganishda, 127 ta tadbirkorlik subyektlariga xorijiy banklar topishda, 135 ta tadbirkorlik subyektlariga xalqaro ko'ngazmalarida ishtirok etish, xalqaro sertifikatlar olish va bojxona eluzanmaylashiruvini amalga oshirishda ko'mak berilgan. Buning natijasida joriy yilning to'qqiz oyi yekunlari bo'lgan 395 ta tadbirkorlik subyektlari tomonidan 1 092 mln. dollarlik eksport amalga oshirilgan. Tadbirkorlikni moliyaviy qo'llab-quvvatlash maqsadida esa Fond tomonidan umumiy qiyant 5 219 mln. so'm, shundan 4 020 mln. so'm miqdorida bilsiz moliyaviy qatqiz moliyaviy ko'mak ajratilgan.

**United Nations Development Programme:  
Human Development Index**

Davlat	Reytingdagi pozitsiya	HDI
Bolrius	50	0.796
Rossiya	50	0.798
Qozog'iston	56	0.788
Qazbayjon	78	0.751
Ukraina	81	0.747
Armaniston	85	0.733
Moldaviya	107	0.693
Turkmaniston	109	0.688
O'zbekiston	114	0.675
Qirg'iziston	120	0.675
Tojikiston	129	0.624

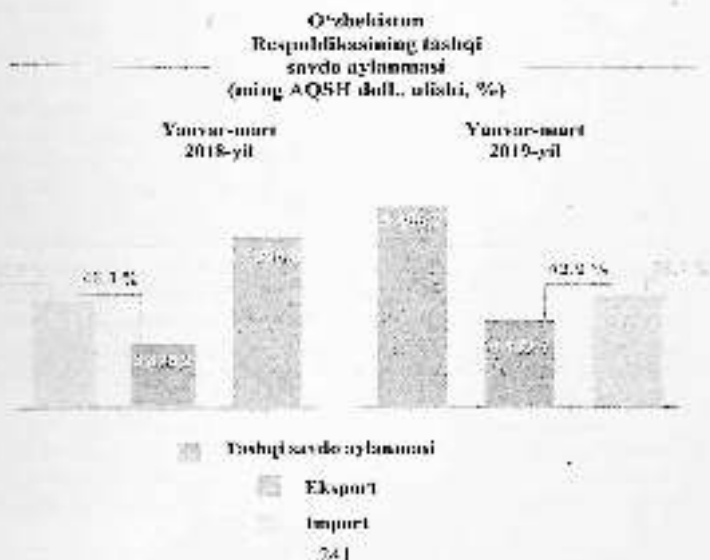
Yuqoridagi jadvolda ko'rinishi bo'yicha, O'zbekistonning 10 ta mamlakat atida inson rivojlanishi indeksi 0.675 ustakil qilishi va o'rtanjahon reytingdagi 114 o'rnini band ergan. Mamlakatimizning tovar ayloqmasi hajmi 146,8%, eksport esa 131,1% o'sish sur'atlarini ta'minlanishiga erishildi.

Dundan tashqari, yaratilayotgan imkoniyatlar va kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishi iqtisodiyotimiz zaqobatbardoshligini oshirishga zamin bo'lib, kichik biznes va xususiy tadbirkorlar faoliyatining mamlakatimiz umumiy eksportidagi ulushi oxirgi 15 yilda 3 marta oshgan va bugungi kunda 27 foizga yetgan. Keyingi 5 yilda esa, ekspord faoliyati bilan shug'ullanadigan korxonalar soni 1,5 barobar, kichik biznes subyektlari soni 1,6 barobarga oshgan.

### 10.5. O'zbekiston Respublikasining tashqi savdo aylanmasi

Import tarkibining asosiy ulushi 38,9% bilan mashina va asboblarni, tekumalar guruhi va 16,5% bilan kumush mahsulotlari va undan tayyorlangan buyumlar guruhi hissasiga to'g'ri kelmoqda:

O'zbekiston Respublikasining I chorak tashqi savdo aylanmasi quyidagi hajmda bo'lgan:



Shuni ta'kidlash kerakki, davlatimiz rahbari o'lkamizga ko'ngaytirilgan yig'ilishda belgilab berilgan Tuzil faoliyatini yanada takomilllashtirish, viloyatida tadbirkorlik subyektlariga eksport faoliyatini amalga oshirishda ko'maklashish samarali faoliyatini ta'skil etishga qaratilgan maqsadlar ta'skil etishda o'zaro raqobat hukmori qarori teyizasi Vazirlar Mahkamasiga kiritilgan. Uning qabul qilinishi tadbir bozorlarga qirg'ishda zarur moliyaviy, ma'lumot va tashkiliy yordam ko'rsatish, yanada takomillashtirildi. Shuningdek, tadbirkorlik subyektlarining eksportiga qaratilgan faoliyatni rag'batlantirish uchun bir qator soliq, boshqa imtiyozlar, boshqa preferensiyalar yaratilishi nazarda tutildi.

O'zbekiston Respublikasi Soliq kodeksining 199- va 200- maddalariga asosan:

- tovarlarni chet el valutasida eksportiga realizatsiya qilish eboratiga sol darajali stavka ba'zida qo'lib qaynat solig'i solindi,

aksir ta'lanadigan tovarlarni ulardan ishlab chiqaruvchilari tomonidan eksportga realizatsiya qilishga o'zlas solig'i solindiydi.

Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2000-yilning 2-iyundagi 2613-sonli Farmoniga asosan eksport qiluvchi mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovi stavkasi umumiy sotish hajmida o'zlari ishlab chiqargan va etish almashiriladigan valyutaga sotilgan tovar (ish, xizmatlar) eksportidagi daraj 15 foizdan 30 foizgacha oshqanda bo'lganda 30 foizga qisqarishi va 30 va undan ko'proq foiz bo'lganda 2 marta ko'ngaytirilishi belgilab berilgan bo'lsa, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2077-sonli qaroriga asosan, ushbu imtiyozlar o'zlari egasi bo'lgan mahsulotlarni eksport qiluvchi tadbirkorlik subyektlariga ham muvofiq etilishi belgilab berildi. Shuningdek, tadbirkorlik subyektlariga yangi investitsiyalar, ushbu va boshqa mahsulotlarni hajmi o'ldindan 100 foiz ko'rish sharti bilan to'g'ridan-to'g'ri shartnomalar asosida eksport qilishga ham ruxsat etildi.

Bundan tashqari, davlatimiz rahbarining «Tashej bozorlarda muvofiq mahsulotlarning eksport qilinishi va raqobatdoshligini ta'minlash» yanada rag'batlantirish chorasatlarida to'g'ridan 5057-sonli Farmoniga asosan, tadbirkorlik subyektlari uchun 10% ning

dallargacha bo'lgan miqdordagi tasliq bozorlarga mahsulot yetkazib berish uchun oldindan to'lov shartisiz eksport qilish huquqi berildi.

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Valuta siyosati liberallashtirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida» 5177-sonli Farmoni bilan respublikamizda ishlab chiqarilgan mahsulotlarning tasliq bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirishga, ishlab chiqarish uchun zarur mahsulotlarni import qilishda xarijiy valutaqa ehtiyoj bo'yicha mavjud bo'lgan mas'ulolarni haddaf erishga qaratilgan zarur shart-sharoitlar yaratib berildi. Ma'lumki, ushbu farman bilan yana joriy yilning sentabr oyidan eksport qiluvchi xarajalik shlyeklari uchun mahsulotlar (ishlab, xizmatlar) eksport qilishda valuta tushumlarining majburiy solish bo'yicha talab bera bekor qilindi. Yana shuni alohida ta'kidlash zarurki, eksportning sifat mahsulotlar ishlab chiqarishu rag'batlantirish, korxonalarimiz raqobatbardoshligini yanada oshirish maqsadida, Prezidentimiz tomonidan «O'zbekiston Respublikasi tasliq iqtisodiy faoliyatini yanada tartibga solish chora-tadbirlari to'g'risida» 3303-sonli qarori qabul qilindi. Ushbu qarar bilan respublikamizda ishlab chiqarilmaydigan xomashyu, material, asbob-uskuna bilan korxonamiz ta'minlash maqsadida ushbu tovarlarga boshqa baji va aksiz to'g'i amvkolar deyarli olib tashlandi. Yaratilayotgan bunday imkoniyatlar shubhasiz iqtisodiyotimiz raqobatbardoshligini oshirishga, yangi tuzumchi bo'lgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yanada rivojlanishiga, ularning qulay ishlab chiqarish mahsulotida faoliyat olib borishiga va pivovardida eksportini yanada rag'batlantirishga xizmat qiladi.

#### **10.6. Eksportning tovar va geografik tarkibini takomillashtirish**

Respublikamiz eksporti va importining tovar va geografik tarkibini takomillashtirish orqali raqobatbardoshlikni oshirish va qator vazifalarning amalga oshirishini taqozo etadi. Xarijiy savdolarida mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan, yoki ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish mumkin bo'lgan mahsulotlarga bo'lgan talabni o'rnatish; bunday tovarlar bozorida raqib bo'lish va raqobat qilish strategiyasini ishlab chiqarib eksport qilinayotgan tovarlar asosini va mamlakatlar geografiyasini kengaytirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Jahon bazarlarida



korxonalarimiz mahsulotlarining raqobatchilikligini ta'minlash va quyidagi choralar-tadbirlarning amalga oshirilishi muhim sharoitlar hisoblanadi:

- eksport qiluvchi korxonalarimiz mahsulot tayyorlash va sotish xarajatlarini kamaytirishda ko'maklashishi;

- ularni tashqi bozor kon'yunkturasiidagi o'zgarishlar, istiqbolli bozorlar, raqobatchilar ta'g'irida olib borilgan tadqiqotlar natijalari bilan taqqoslash;

- transport-kommunikatsiya tizimlarini rivojlantirish;

- yangi transport yo'llarini ochish orqali transport xarajatlarini kamaytirish va h.k.

Bu borada har bir armog uchun ishlab chiqilishi ko'zda tutilayotgan 2017 - 2020-yilga mo'ljallangan tayyor mahsulotni yangi tashqi bozorlarga chiqarish bo'yicha maxsus dasturlarda eksport hajmini oshirish, eksport qilinadigan yuklarni tashlash tizimini takomillashtirish, eksportchi korxonalarimiz marketing, moliya va tashkiliy-huquqiy qo'llab-quvvatlash masalalari o'z aksini topadi. Xalosa qilib aytish mumkinki, eksport hajmini oshirish, uning tarkibini takomillashtirish, umuman tashqi savdo aylanmasini diversifikatsiya qilish iqtisodiyotimiz tarkibiy tuzilishida silat o'zgarishlariga oshirish, uning raqobatchilikligini oshirish orqali iqtisodiy yuksalish va aholi taomish farovonligini yanada ko'tarish maqsadlariga xizmat qiladi.

#### **Asosiy tashqi savdo va tashqi savdo**

Ekspart, Nomenklatura, Tashqi savdo balansi, Diversifikatsiya, Import, Mavqei Daromad, Transiz, Reseksport, Embargo, Bojxona, Xalqaro mehnat taqsimoti, Zirosatchilik, Leyin, Xizmatlar, Birlashtirilgan Millatlar Tashkiloti (BMT), Masshtabli Strategiya, Raqobatchilik, Bozor kon'yunkturasi, Qo'llab-quvvatlash jamg'armasi, Sertifikat, Preferentsiya, Kvalitatsiya Aksiz solig'i, Mikrofirmalar, Eksportchi mahsulot, Tashqi savdo aylanmasi soliqsi, Geografik taqsimot.

### Mavzu bo'yicha savollar:

1. Eksport tushunchasiga ta'rif bering.
2. Tashqi savdo balansi deganda nima tushuniladi?
3. Tashqi bozordagi o'zgarishlar ta'sirida eksportning hajmi keskin kamayishi xavfini bartaraf etish imkonini beruvchi choralar to'g'risida ma'lumot bering.
4. Eksport qilinyotgan tovarlarni diversifikatsiya qilish nima ma'nada zarur?
5. Chetdan olib kelinayotgan mahsulotlar – ya'ni import tovarlar shisha, qishloq va ovullar aholisi tomonidan yaxshi kutib olinmasa, sotib olinmasa nimani keltirib chiqarishi mumkin?
6. Biznesda nima va kerakli yo'lga qo'yilgan taqdardagina ishlab chiqarish jadal rivojlanadi?
7. Transiz aramasini yoritib bering.
8. Reeksport degan nima?
9. Embargo – bu qanday choralar?
10. O'zbekiston Respublikasining bojxona hududidan eksport qilinayotgan bo'lgan tovarlar tadbirkorlar tomonidan qanday rahbarlar bajorilgandir so'ng olinganiladi?
11. O'zbekistondan eksport qilinayotgan tovarlarni misol keltiring.
12. Xizmatlar eksporti deganda nima tushunmoq kerak?
13. Sanaat – bu birinchi mahsulotlar turiga qasb tashkirlangan ishlab chiqarish soha ekanligi ma'noy nazaridan kelib chiqqan holda, o'ringon, undagi mahsulat ixtislashtirish nima asosida shakllantirilgan bo'ldi?
14. 2017 – 2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshita ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi doirasida respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishini yanada rag'batlantirish maqsadida nimalar nazarda tutilgan edi?
15. Tadbirkorlik subyektlarining eksportini qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tashkil etilishini boisi nima bo?
16. Tadbirkorlik subyektlarining eksportiga qaratilgan faoliyatini rag'batlantirish uchun nimalarni yaratilishi taqozo etiladi?

17. Tashkirkorlikning yanada rivojlanishiga, alarning qalay ishlab chiqarish muhitida faoliyat olib borishiga va pirovardida oqspectu yanada rag'ballanturishga xazinat qilovchi davlat organlari tomonidan qanday qaror va farmonlar mavjud?

18. Tashqi savdo aylanmasi sa'dosi nimanani anglatadi?

19. Respublikamiz eksporti, geografik tarkibini kengaytirishga ijobiy ta'sir ko'rsatuvchi omillarni keltirib o'ting.

20. Jahon bozorlarida korxonalarimiz mahsulotlarining muohararhosibligini ta'minlashda qaysi chora-tadbirlarning amalda oshirilishi muhim ahamiyat kasb etadi?

## **11-BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA ISHLAB CHIQARISHNI KLASTER USULIDA TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH**

11.1. Ishlab chiqarish klasterlari samaradorligini nazariy-uslubiy asoslan.

11.2. Ishlab chiqarishni klaster asosida boshqarishni tashkil etishning xalqiy tajribasi.

11.3. O'zbekiston yengil sanoatida ishlab chiqarishni tashkil etish klasteri samaradorligi.

### **11.1. Ishlab chiqarish klasterlari samaradorligini nazariy-uslubiy asoslari**

«Klaster» atamasi fransuzcha so'z bo'lib, o'zbekcha tarjimai so'zlar: «to'sha», «soyq'lam», «qurilma», «m'planisim», «turg'uv» ma'nolarini beradi.

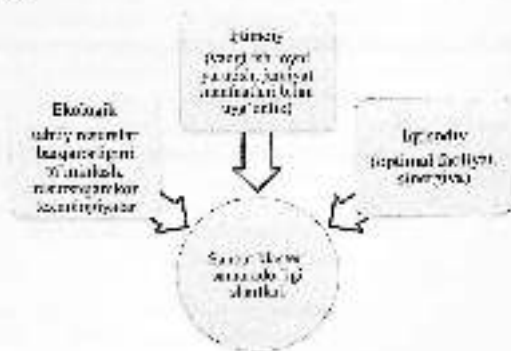
Klaster (ing. Cluster) – ma'lum bir yo'nalishda ishlab chiqarilgan mahalliyishtirilgan ishlab chiqarish sohasi yoki xizmatlarining almashinadigan elementi. Iqtisodiy klaster – bu ma'lum bir hududda to'plangan o'zaro bog'liq tashkilotlar (kompaniyalar, korporatsiyalar, universitetlar, banklar va boshqalar); muassasalor, bularning qismlar va ikkilashtirilgan xizmatlarni yetkazib beruvchilar; infratuzilma; ilmiy-tadqiqot institutlari; bir-birini to'ldiradigan va alohida kompaniyalar va umumiy klasterning raqobatlash ushulliklarini ushuladigan boshqa tashkilotlar.

Klaster o'z ishtirokchilarning o'zaro raqabati, ishtirokchilarning hamkorligi, mintaqaning ro'yoh kompetensiyalarini shakllantirish, ma'lum bir hududda korxonalar va tashkilotlarning konsentratsiyasini shakllantirish xususiyatlariga ega.

Klasterlar – bu qo'shma qiymatlar zanjiri doirasidagi tashkilotlar va ijtimoiy guruhning o'zaro ta'sir shakli. Klasterlarni soldinglar, professional uyushmalar, texnoparklar, texnoparklar va tumanlar, hududiy innovatsion tizimlar, hududiy ishlab chiqarish komplekslari va sanoat aglomeratsiyalari aytib tinishi kerak.

«Klaster» nazariyasini o'rganish jahon hamjamiyatida tez sur'atlarda o'sib bormoqda va uni amaliyotda qo'llash esa, milliy va

miniatyaviy iqtisodiy rivojlanishning asosiy yo'nalishlari aylanmoqda, o'zining quyidagi xizma (11.1-chizma)ga keltirilgan samaradorligi sababi bois.



11.1-chizma. Sanoat klasterida ishlab chiqarish tuzilmalarini faoliyati samaradorligi ta'sirlari

Klaster tashabbusi – bu klasterni yaratish va rivojlantirishning yo'naldirilgan jarayoni. Klaster siyosati – bu davlat va jamiyat tashkilotlari tomonidan klasterlar va klaster tashabbuslarining o'sishini rag'batlantirish jarayoni. Faysaluf Konfutsiy haqida shunday hikoyat ber: u yoshligida baliqchining oldiga boribdi. Baliqchi unga halig'undan tanqasibdi. Shunda u baliqchiga qarab, «Menga yordam bermoqchi bo'lsangiz, baliq haromig, balki uni tashib o'rgating. Shunda men bu hunni bilan sizni boqaman, undan keyin, qo'shnilaringizga, undan ham keyin, xalqqa beraman, debdi.

Yaqinda ashrdan chiqqan «klaster – integratsiya, innovatsiya va iqtisodiy o'sish» kitobini o'qib chiqsangiz, bu fikrlarning mohiyatini yanada teran anglaysiz. Negaki, hujum tilimizga yangi atama – klaster kiritib keldi. Uning mahiyatini sanliyetga birinchiildan bo'lib talib etayotganlar nihoyatda yaxshi bilishadi.

Mazkur kitob mualliflariidan biri Mustazo Rahmatov tashabbusi bilan. Buzuco viloyatida innovatsion loyihalar – paxra-to'qinachilik

klasteri loyihasi ro'yobga chiqarilmoqda. Unga ko'ra, klaster tizimida jami salakitta korxonalar faoliyati yo'lga qo'yiladi. Paxta ekishdan to tayyor mahsulotgacha bo'lgan jarayonni yagona texnologik zanjirga birlashtirgan ushbu majmualar sohada innovatsion iqtisodiyotga o'tishning muhim bosqichini hisoblanadi.

Ekspertlar hisob-kitoblariga ko'ra, bugungi kunda dunyodagi ilg'or davlatlar iqtisodiyotining qariyb 50 foizi klaster usuliga o'tgan. Masalan, Yevropa Ittifoqida 2 mingdan ziyod klasterlar mavjud bo'lib, ularda ishchi kuchining 38 foizi qamrab olingan. Daniya, Finlandiya, Norvegiya, Shvetsiya namonida to'liq klaster usuli tatbiq qilingan. AQSHda esa mamlakatdagi mavjud korxonalarning yarmidan ziyodida shu tizimda ishlab, ular tomonidan tayyorlanayotgan tovarlar yalpi ichki mahsulotning 60 foizini tashkil qiladi.

Ularning eng mashhurlari sizni bizga tanish bo'lgan «Silikon vodiysidir». 87 mingga kompaniya, 40 ta tadqiqot markazi va 6 mingga universitetlar faoliyat yuritadigan mazkur innovatsion klaster infratuzilmasiga 180 ta venchur biznesi, 47 ta investitsiya va 7000 ta tijorat banki xizmati ko'rsatib keladi. Xo'sh, nima uchun jahonning eng ilg'or iqtisodiyotlari aynan klasterlashtirish yo'lidan boribmoqda?

Germaniyalik muarrixalar fikriga, aynan klaster kelajakdagi kabi, muvaffaqiyatli raqobat muhirida yatib chiqishning eng oqilona yo'lidir. Zira, bunday mexanizm har qanday sharoitga moslasha oladi, buni iqtisodiy, ham qimmatli manjuralarni ixtisroq bilan samarali yechib beradi, nafaqat muayyan hadud, balki davlatning salqon maydonidagi raqobatdoshligini mustahkamlaydi, nafaqat oshiradi. Qolaversa, innovatsion iqtisodiyotga o'tishning muhim bosqichini hisoblagan ushbu tizim shu bilan, ta'lim hamda ishlab chiqarish integratsiyasini chuqurlashtirish, yangi innovatsion texnologiyalarni amalga oshirish jadal jori etishga xizmat qiladi.

O'zbekistonda ham mamlakat va jamiyatning makanzial innovatsion qiyofasini yaratishda klaster usulidan foydalanishga katta e'tibor qaratilyapti. Bunga agar sohada 60 ta yirik korxonalar yuqori misol bo'lsa bo'ladi. Avval paytda paxta to'qimachilik klasterlari ayni ko'payib borayotgani, kelgusida paxta yetishtiruvchi 153 korxonadan 90 tasi ta'lim klaster tizimiga o'tishi, yangi tuzilayotgan klasterlar tomonidan 41 korxonalar tashkil etilib, 25 mingga yuqori ish o'rindari yaratilishi rejalashtirilayotganini diqqatga sazovor.

## 11.2. Ishlab chiqarishni klaster asosida boshqarishni tashkil etishning xorijiy tajribasi

Ishlab chiqarishni klaster asosida boshqarishni tashkil etishning xorijiy tajribasi klasterlarni tashkil etishning samaraliy konsepsiyalarini, rivojlangan mamlakatlar tajribasini, yengil sanoat tuzilmasining o'ziga xos xususiyatlarini umumlashtirish asosida klasterlashtirish mexanizmlarini ma'ruhiy-huquqiy, tashkiliy-iqtisodiy va ilmiy-texnologiyaviy jihatdan takomillashtirish bo'yida amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Keyingi 10 yil mobaynida 23 ta mamlakatda amalga oshirilgan 520 dan ortiq klaster tashabbuslarining tahlili ko'rilgan. Ushbu mamlakatlar raqobatbarorligining yuqoridagi raqobatchilik lakomativlari hisoblangan ayrim klasterlarning kuchli pozitsiyalariga bog'liqligi asoslangan. Klaster tashabbusi eng mashhur tizimlarga Silikon vodiysidagi (AQSH) kompyuter texnikasi va asbob-texnologiyalari sohasi, Xelsinkiidagi (Finlandiya) aloqa va telekommunikatsiyalar, Gellivadagi (AQSH) kino ishlab chiqarish, Moskva mintaqasidagi neoklassik sanoat sohasi kompaniyalarining kooperatsiyasi misol bo'la oladi.

Quyidagi diagramma (11.2-ebizma) dunyoning rivojlangan mamlakatlarda tashkil etilgan va samarali faoliyat yuritayotgan klasterlarning umumiy soni tasvirlangan.



11.2-ebizma. Jahonning ayrim mamlakatlari iqtisodiyotini klasterlashtirish darajasi (bitlikda)

Bugungi kunda jahon biznesi rivojlanishida xalqaro klasterlar, shu jumladan, aholida mintaqalar doirasidan tashqariga chiqqunchi klasterlar sonining tubdan ko'payish boravotganligi ko'ga tashlanmoqda. Masalan, Yevropa maomiga ega ko'plab klasterlar xalqaro darajaga chiqishga intilmoqda. Bu asosan xalqaro va transchegparaviy loyihalarga taalluqli. Famosuz farmasevtik klasteri Lei Paster universiteti orqali Kanadaning «In vivo» klasteri bilan hamkorlik qiladi. Dunday hamkorlikdan ko'zlangan maqsad – aslbi klasterlar uchun Shimoliy Amerika va Yevropada iqtisodiy so'lish bozorlarini topishdan iborat. Agar yaqin vaqitgacha klasterlar eng rivojlangan iqtisodiydnlarda tashkil etilgan bo'lsa, oxirgi yillarda ular rivojlanayotgan mamlakatlarda ham paydo bo'lmoqda. Vengriya, Polsha, Chexiya, Sloveniyada klasterlashtirish maxsus dasturlar bilan qo'llab-quvvatlanmoqda.

Yevropa iqtisodiyoti uchun ishlab chiqarish klasterlarini rivojlantirishning ahamiyati shundan iboratki, XX asming 50-yillarida savatni rivojlantirish bo'yicha Birlashgan millatlar tashkiloti (UNIDO) xususiy sektorni rivojlantirish bo'yicha bo'lim (Private Sector Development Branch) yordamida Yevropa mamlakatlari hukumatlari va Yevropa xususiy biznesining klasterlar harada kichik korxonalar tartibqislarini rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqarish va joriy etishda o'zara hamkorlik qilishiga yordam berish uchun bir qator tavsiyalarni tayyorladi.

2006-yil iyulda Yel tomonidan «Yel ma'makatlarida klasterlashtirish Manifesto» ma'qullanib, qabul qilindi, 2007-yil oktabrda «Yevropa klaster Me'moranat» ma'qullanib, tasdiqlash uchun ma'din etildi va 2008-yil 21 yanvarda Stokgolmda Yevropa innovatsiyalar va klasterlar bo'yicha prezidentlar konferensiyasida tasdiqlandi. 2009-yil 7 – 10-mayda Pragada bo'lib o'tgan «Sharqiy hamkorlik» mavzusidagi Yevropa Ittifoqi a'zolari Yevropaning a'liq iqtisodiyotiga ega mamlakatlarda klasterlashtirish jarayonlarining amalga oshirilishiga yordam berdi. Qabul qilingan lojalarining asosiy maqsad – aslbi mamlakatlarning ham, Yevropa Ittifoqining ham raqubachandoshligini oshirishga ta'sir ko'rsatishga eadli klasterlar sonini oshirishdan iborat. Eng muvaffaqiyatli iqtisodiy dizindar talayotning p'li mamlakatlarda, birinchi qaida, yangi



texnologiyalarning yoyilishini rag'batlantiruvchi o'millar yuqori darajadagi raqobatbarorlik va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlaydi.

### **11.3. O'zbekiston yangi sanoatida ishlab chiqarishni tashkil etish klusteri samaradorligi**

To'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini (keyingi o'rinlarda to'qimachilik sanoati deb yuritiladi) modernizatsiya va diversifikatsiya qilish tashqi bozorlarda talab yuqori bo'lgan ishlab chiqarilayotgan tayyor raqubatchilik mahsulotlarining hissi va turlarini kengaytirish, paxta xomashyosini yetishtirish va qayta ishlab samaradorligi va rentabelligini oshirishning oam muhim sharti hisoblanadi.

Shuni eslab olingan holda, ma'mulakatimizda buzkur sohani yanada rivojlantirishni ta'minlashga qaratilgan amaliy chora-tadbirlar tashkil to'yubga chiqarilmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 21-dekabrdaqi PQ-2687-son qarori bilan 2017 - 2019-yillarda to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari dasturi tasdiqlangan.

Bugungi kunda respublikada 7 mingga yaqin korxonalar faoliyat olib borayotgan yuqori ishlab chiqarish salohiyatiga ega bo'lgan to'qimachilik tarmog'i shakllanibdi. 1,4 million turmali hajmdagi paxta tolasi ishlab chiqarish quvvatlari yaratildi, shundan 60 foizga yaqinida mahalliy to'qimachilik korxonalari qayta qurilish uchun foydalanilmoqda. Yangi sanoatda tarmoqlararo klasterning umumiy modelini quyidagi sxema shartli ko'rishimiz mumkin (11.3-shizma).

Eg, avvalo, tayyor mahsulotlar ishlab chiqarishini yo'lga qo'yish, tarmoqni beshqatlashni tashkil etish, resurs va ishlab chiqarish quvvatlarining taqsimlanishi, kadrlar malakasining yuqori emashligi bilan bog'liq daziml muammolarning mavjudligi paxta xomashyosini yetishtirishning past rentabelligiga va uni qayta ishlab, tayyor mahsulot ishlab chiqarish va eksport qilishning yetarli darjada emashligiga olib kelmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan ishlab chilingan to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari ta'g'iridagi Farmon mavjud muammolarni hal etish, shuningdek, yuqori salali to'qimachilik mahsulotlarini ishlab

shiqshahni ko'ngaytirish va uni jahon bozorlariga ilgari surish bo'yicha birinchi davlatdagi chora-tadbirlar kompleksini belgilab berdi.



11.3-ebzmas. Yangil sanoatda ta'limoqarano klasterning asosiy modeli

Ushbu tajriba bilan ta'qimachilik sanoatini yanada isloh qilishning quyidagi mahim yo'nalishlari belgilandi, xususan:

ta'qimachilik sanoatining iqtisodiyotdagi ulushini oshirish, mamlakatda ishlab chiqarilayotgan ta'qimachilik mahsulotlarining hajmi va sifatini oshirish,

- to'qimachilik sanoatining boshqaruv tizimini tubdan qayta ko'rib chiqish;

- to'qimachilik sanoati sohasida standartlashtirish va sertifikatlash tizimini yanada takomillashtirish;

farmoqa ilg'or texnologiya-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish;

to'qimachilik sanoatini rivojlantirishning klaster modelini amalga oshirish;

- logistika va muhandislik infratuzilmasini rivojlantirish bilan a'zaro o'zaro bog'liqlikda xomashyo resurslari taqsimotining va tashqi ehtiyoqlarni qamrov korxonalarini joylashuvining muvofiqdirligini ta'minlash;

- ishlab chiqarish jarayoniga ilg'or innovatsiya texnologiyalari, moxaru, dizaynerlik ishlarini keng joriy etish, furnitura va aksessuarlarning zamonaviy namunalarini ishlab chiqarishni mohalliyashtirish;

to'qimachilik sanoati uchun kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini tubdan takomillashtirish.

Ta'kidlash joizki, mazkur farmo qisqariyotgan yillarda amalga oshirilgan ma'muriy ta'sir ko'rsatishni yanada qisqartirish va boshqaruvning bekor mexanizmlarini kengaytirishni nazarda tutadigan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 8-sentabrdaagi PF-585 son farmoni bilan tasdiqlangan O'zbekiston Respublikasida Ma'muriy ishlar uchun konsepsiyasini amaliy ta'yinlashda muhim qadam hisoblanadi.

Xususan, farmo bilan boshqaruv va kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish, ishlab chiqarish, to'qimachilik sanoatining texnologik jarayonini modernizatsiya qilish va infratuzilmasini rivojlantirish, rasmiy iqtisodiy faollashtirish, to'qimachilik sanoatiga xalqaro standartlarni joriy etish bo'yicha 20 dan oshiq tadbirlardan iborat bo'lgan O'zbekiston Respublikasida to'qimachilik va akossuarlarni sanoatini jadal rivojlantirish o'zaro xaritasini tasdiqlandi.

Prota vaq ishloshini ishlab chiqarishni tashkil qilishda sog'lom raqobat muhitini rivojlantirish va bekor mexanizmlarni joriy etish maqsadida farmo bilan eksperiment o'tkazish nazarda tutilgan bo'lib, uning doirasida birinchi har malakali to'qimachilik sanoati korxonalarini

tomonidan fermer xo'jaliklari va boshqa qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchilaridan paxra xomashyosiga to'g'ridan-to'g'ri buyurtma berish tizimini joriy etish rejalashtirildi.

Dugungi kunga qadar mahalliy to'qimachilik korxonalari paxta to'sisini eksport narxlar bo'yicha monopoli yetkazib beruvchi - «O'zbektashnosteksport»dan xarid qilishga majbur edi. Mazkur tartib to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishning rentabelligi va raqobatbardoshligini pasaytirgan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan tashabbus qilingan aksertanuvga muvofiq, to'qimachilik sanoati korxonalaru fermer xo'jaliklari paxta xomashyosini yetishtirish bo'yicha asosiy shartlarining muzilgan shartlariga qiyosatning kamida 60 foizini o'zaro berish yo'li bilan moliyalashtirishni amalga oshiradi. Bunda korxonalariga yetkazib berilgan paxta xomashyosidan faqatgina keyinchalik chiqar qayta ishlash va tayyor raqobatbardosh mahsulotlarini ishlab chiqarish maqsadida foydalaniladi.

Bundan tashqari, Davlat tomonidan o'zining fermerida to'qimachilik sanoati korxonalarini, «O'zbekyengilsanoat» AJ aksiyadorlari yig'ilishining va ushbu idomalarining, «O'zbeko'qimachilik sanoati» uyushmasini tashkil etish to'g'risidagi qarorini qo'llab-quvvatlaydi. Bunda davlatning qarilgan to'lish va xo'jalik funktsiyalarini o'z ichiga olgan «O'zbekyengilsanoat» AJ tashkilat.

Mazkur uyushmaga respublika to'qimachilik tarmog'ini barqaror rivojlantirish bo'yicha keng doiradagi vazifalar yuklatiladi.

«O'zbeko'qimachilik sanoati» uyushmasining asosiy vazifalari etib belgilansin:

- xomashyoni qayta ishlash, yuqori qo'shilgan qiymatli tayyor mahsulotni ishlab chiqarish va eksport qilish bo'yicha yagona kompleks «tilda, shu jumladan sanoat kooperatsiyasini kengaytirish va qo'llab-quvvatlash, to'qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish va taqdim bozoridagi tadqiqotlar o'tkazish» asosida tarmoqni barqaror rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqarish;

- to'qimachilik sanoati sohasidagi standartlashtirish va sertifikatlashtirish tizimini xalqaro talab va standartlarga uyg'unlashtirish, shuningdek, mahsulotlar sinov laboratoriyalarini modernizatsiya qilish va akkreditatsiyadan o'tkazish orqali takomillashtirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar ko'rish;

• to'qimachilik sanoati korxonalarining faoliyatiga innoventsiya texnologiyalar, shu jumladan dizaynerlik ishlanmalari, nasa-xan, sifat nazoratini tizimlari va zamonaviy marketing xizmatlari keng joriy etilishi ta'minlashi;

• ishki bozorni yuqori sifatli mahalliy to'qimachilik mahsulotlari bilan to'ldirish va uning eksport geografiyasini, shu jumladan tadbirkorlik resurslarida hamda mahalliyatda va xorijdagi ko'nganma tadbirlarida milliy brendlarni yo'nalishini ilgari surish va to'qimachilik sanoati korxonalarining salohiyatini namoyish qilish maqsadli ko'paytirish bo'yicha tizimli kompleks choralar-tadbirlarni amalga oshirish;

• to'qimachilik sanoatiga chet el investitsiyalarini, shu jumladan logistika va mahandislik infraqurilmasini takomillashtirish maqsadida faol jalb qilish;

• to'qimachilik sanoati korxonalarini, paxta to'qimachilik klasterlarini hududlar salohiyatining yanada rivojlanishi istiqbollaridan, xomashyo bazasi, infraqurilmalar, mahalliy resurslari va bozorlarning mavjudligidan kelib chiqib joylashtirilishga ko'maklashish;

• tashqi bozor zamonaviy rivojlanish tendensiyalarini hisobga olib holda to'qimachilik sanoati sohada kadrlarga bo'lgan real talabni va ularni tayyorlashning istiqbolli yo'nalishlarini aniqlash, mutaxassislarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish bo'yicha o'quv dasturlarini takomillashtirishda ishtirok etish, ushbu sohada ilmiy-tadqiqot ishlarini chuqurlashtirish;

• tashqi bozor jadval rivojlanishi va to'qimachilik sanoati korxonalarining beqaror faoliyat ko'rsatishiga to'g'ri keluvchi tizimli ma'molotlarni solishtirish hamda yotarmat etish, marker sohada qimmatli hujjatlarini yanada takomillashtirish bo'yicha takliflar ishlab chiqish.

Sahani bosqarish tizimini to'qimachilik sanoatini rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalariga javob bermasligi, ishlab chiqaruvchilarni qo'llab-quvvatlashga qadimiy usullar bilan qaramog' qabul qilinishini taqqos etadi.

Masalan, «O'zbekyengilsoyot AJ tarkibiga 436 ta korxonalar kiradi, bu esa ular umumiy sanoatning atigi 6 foizini tashkil etadi.

Ushbu jamiyatning faollari asosan statistika to'plash, turli xil yig'ilishlar o'tkazish, ko'nguzmalarni tashkillashtirishga qaratilgan. Uning tashkiliy shakli ham aksiyadorlik jamiyatining haqiqiy holatiga mos kelmaydi.

«O'zbekyengilsanoat» AJ tarkibiga kiruvchi korxonalari eksport hajmi I jadvolda berilgan.

I-jadval

«O'zbekyengilsanoat» AJ korxonalari eksport imkoniyatlarining o'sishi

Ko'rsatkichlar	Yilni							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
O'zbekiston to'yinchi darajasi hajmi, mln. AQSH doll.	13823	15021	13600	14523	14109	12870	9016	5969
«O'zbekyengilsanoat» AJ korxonalar eksporti, mln. AQSH doll.	619	661	706	827	862	868	1145	1232
Mamlakat eksporti hajmida «O'zbekyengilsanoat» AJ ulushi, %	4,5	4,4	5,2	5,8	6,1	6,7	12,7	14,2

Xorijiy omilalashtirishning tajribasi shuni ko'rsatdiki, to'qimachilik sanoatini rivojlantirishning samarali shakllaridan biri klasterlarini tashkil etish hisoblanadi. Mazkur model paxta xomashyosini yetishtirish, dastlabki ishlov berish, mahsulotni paxta tozalash korxonalarida keyingi qayta ishlash va yuqori qo'shilgan qiymatli tayyor to'qimachilik mahsulotlarini ta'lab chiqarishni o'z ichiga olgan yagona ishlab chiqarish siklini tashkil etishni ko'zda tutadi.

Branda olib chiqib, maxsus ishchi komissiyaga Paxta-to'qimachilik klasterlarini o'rta muddatli istiqbolli rivojlanish konsepsiyasi loyihasini, shunday klasterlarni Buxoro va Navoiy

viloyatlarida tashkil etish natijalarini hisobga olgan holda ishlab chiqarish to'g'ri bo'ldi.

Shu bilan bir qatorda, foydalanilgan to'qimachilik sanoati korxonalarini qo'llab-quvvatlash bo'yicha choralar-tadbirlar shu jumladan bo'yov va to'lovlar to'lash bo'yicha ma'lumotlar taqdim etish nazarda tutilmoqda.

Ta'kidlash jozimi, mahsulotlarni sinovdan o'tkazish bo'yicha laboratoriyalarning past samaradorligi, ularning ko'pchiligida xalqaro akkreditatsiyaning mavjud emasligi mahalliy to'qimachilik sanoati ishlab chiqaruvchilarning tashqi bozorlarga chiqishiga to'siqlik qilmoqda. Ushbu muammolarni hal qilish uchun to'qimachilik sanoati sohasida standartlashtirish va sertifikatlashtirish tizimini takomillashtirish, shu jumladan xalqaro standartlarni joriy etish bo'yicha kompleks choralar-tadbirlarni ishlab chiqarish nazarda tutiladi.

Umuman olganda, Davlat rahbari farmonidagi amalga oshirilgan:

- iqtisodiy o'sishni tezlashtirish, ishlab chiqarish, usullarni soddalashtirish va pastori sotish jarayoniga bozor mexanizmlarini bosqichma-bosqich joriy etish;

- paxta eksporti hajmini to'g'ri qisqartirish va ichki bozorda uni muqim qayta ishlashning o'sishini ta'minlash;

- mamlakatda ishlab chiqarilmaydigan xomashyo, materiallarni ishlab chiqarishni, shu jumladan mahsulotning atahida usullarni mahalliylashtirish orqali rag'batlantirish;

- texnologiya va marketing innovatsiyalarini keng joriy etish;

- davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarida foydalanilgan holda to'qimachilik komplekslarini qurish;

- xalqaro akkreditatsiyaga ega mahalliy laboratoriyalar sonini ko'paytirish, to'qimachilik sohasi milliy standartlarini xalqaro standartlar bilan uyg'unlashtirish hisobiga to'qimachilik sanoatining fidi rivojlanishini ta'minlaydi.

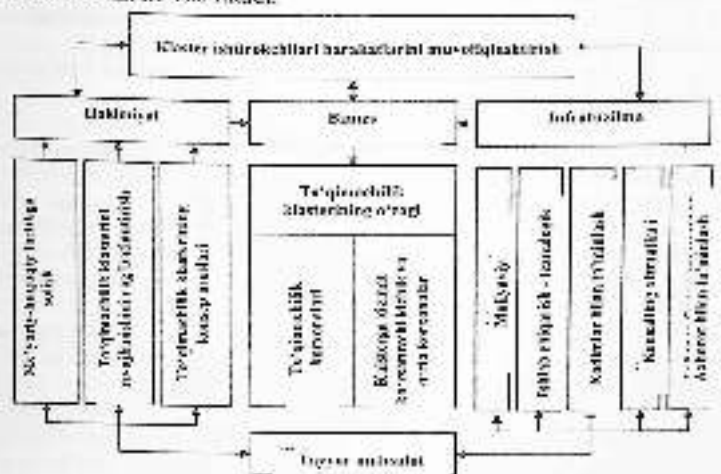
Bugungi Toshkent viloyatining Fiskal, O'rta Chirchiq, Qo'yi Chirchiq, Qo'qo'rg'on va Bu'ka tumanlarida paxta-to'qimachilik klaster loyihalari amalga oshiriladi. Xususan, Qo'yi Chirchiq tumanida 2018-2020-yillarda paxta yetishtirishdan tayyor mahsulot ishlab chiqarilguscha bo'lgan jarayonni o'zida to'la jumladan klaster loyihasi amalga oshirilishi e'lonlanilgan. Bu maqsadlar uchun 59 million

dallardan ziyod investitsiya jalb etiladi, 600 dan ortiq ish o'ri yaratiladi.

Tashkent viloyati to'qimachilik klasteri mexanizmi quyida keltirilgan (11.4-chizma).

Juriy yilda mamlakatimizda 60 dan ziyod ana shunday loyihalar amalga oshirilishi ko'zda tutilgan.

Mazkur model paxta xomashyosini yetishtirish, dastlabki ishlov berish, mahsulotni paxta rozalash korxonalarida keyingi qayta ishlov va yuqori qo'shilgan qiymatli tayyor to'qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni o'z ichiga olgan yagona ishlab chiqarish siklini tashkil etilishi ko'zda tutildi.



11.4-chizma. Tashkent viloyati to'qimachilik klasteri mexanizmi

#### Asosiy atamalar va tushunchalar

Klaster, Iqtisodiy klaster, Institut, Qo'shilgan qiymatli zanjiri, Texnopark, Integratsiya, Ekspert, Innovation iqtisodiyat, Ilmiy-texnikaviy, To'qimachilik, Modernizatsiya, Logistika, Muhandislik



Infrastruktur. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari. Ma'muriy ishloklar. Xalqaro standart. Eksperiment. Monopol. Rentabellik. Tendensiya.

**Mavzu bo'yicha savollar:**

1. Klaster tushunchasi qanday ta'rifga ega?
2. Iqtisodiy klasterlarni shakllantirish nazariyasi nazariy jihatda qanday ta'rifga ega?
3. Qo'shimcha qaynashlar zanjiri to'g'risida ma'lumot bering.
4. ILO-ning ta'lim sohasida ishlab chiqarish integratsiyasi bilan olinadigan qulay sharoit yaratiladi?
5. «Klaster» atamasi qaysi tilning so'zi bo'lib hisoblanadi va ushbu so'zning o'zbekcha tarjimasini qanday ma'no beradi?
6. Dunyodagi klaster tizimlari o'ng mashhur tizimlari to'g'risida ma'lumot bering.
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 21-dekabrda PQ-2587 son qarori bilan 2017 - 2019-yillarda iqtisodiyotning qaysi sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari dasturi tasdiqlangan?
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan «To'qimachilik va tikuv-tiketa» sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi Farmonida to'qimachilik sohasini yanada rivojlantirish uchun muhim yo'nalishlarini yoritib bering.
9. O'zbekiston Respublikasida to'qimachilik va tikuv-tiketa sohasini jadal rivojlantirish «Yo'l xaritasida nechta sonidagi orqali tadbirlarda qanday yo'nalishlar nazarda tutilgan?
10. «O'zbek to'qimachilik sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari dasturi»ning asosiy vazifalari qandaydir?

## **12-BOB. XALQARO TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI SHAKLLANTIRISH**

12.1. Innovatsion faoliyat, uning iqtisodiy mazmuni va mohiyati.

12.2. Innovatsion tadbirkorlik haqida tushuncha va uning bosqichlari.

12.3. Tadbirkorlik korxonalari innovatsion faoliyatining asosiy tushunchalari.

12.4. Tadbirkorlikning innovatsion faoliyatini qo'llab-quvvatlash jarayonlari yo'nalishlari.

12.5. O'zbekistonda innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirish yo'nalishlari.

12.6. Korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati ushurliklari.

### **12.1. Innovatsion faoliyat, uning iqtisodiy mazmuni va mohiyati**

Foal tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun sharoitlarni yaratish bo'yicha ko'rsatma chora-tadbirlar hamda ilmiy-tadqiqot muassasalarning infotaxtilmasini yanada mazahkamlash va innovatsion faoliyatni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qaro'lari; Innovatsion g'oyalari va texnologiyalarni rivojlantirish va ishlab chiqarishga joriy qilish ishlarini yanada kengaytirish, shuningdek, innovatsion tashkilotlar faoliyatining samaradorligini oshirish maqsadida hamda xo'jalik boshqaruvi organlari va yirik davlat korxonalaridagi innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash jang'arnasi to'g'risidagi nomdagi Nizomni tashkil etish haqida qabul qilingan Hukumat qarorlari; O'zbekiston Respublikasini innovatsion va ilmiy-texnik rivojlantirish sohasida jamiyat va davlat hayotini har tomonlama rivojlantirish, mamlakatning intellektual va texnologik salohiyatini oshirishga qaratilgan yagona davlat siyosatini amalga oshiruvchi davlat organi tashkil etilganligi innovatsion faoliyat bo'shidagi rivojlantirish strategiyalarni belgilovchi tashkiliy-huquqiy asoslaridir. Bunga sabab, bazar iqtisodiy sharoitida barcha rivojlangan mamlakatlar o'zlarining yuksak texnologik fan va texnika sohasida bo'lga kiritilayotgan ilmiy-texnikaviy yutuqlar va

alami hayotga tezda va keng miqyosida tatbiq qilish, ayniqsa, ishlab chiqarishga samarali joriy etish natijasida erishilayotganligi.

Hugungi kunda har yili innovatsion g'oyalar, texnologiyalar va loyihalar Respublika Yarmarkasi o'tkazilmoqda. Innovatsion yarmarkaning maqsadi mamlakatda vazirliklar va idoralar tizimida, ilmiy-tadqiqot, ta'lim, tajriba-konstruktivlik tashkilotlari, biznes subyektlari, ixtirachilar va rasionalizatorlar va xususiy shaxslar tomonidan yaratilgan innovatsiya yangiliklari bilan sabdoq qilish, ularni amaliyotga tatbiq qilish uchun shartsharoitlar yaratish va axborotlar almashuvini osonlashtirishdan iboratdir.

Prezidentimizning ulmoversion g'oyalar, texnologiyalar va loyihalarni amaliy joriy qilish rizosini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risidagi PQ-3682-son 27.04.2018-yildagi Qaroridat afshlab chiqarishni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik jihatdan yangilash jarayonlariga ilmiy-amaliy tadqiqotlar natijalarini va non-xot ishlanmalarini keng joriy etish, ushbu yo'nalishda ilmiy muassasalar va real q'risodiyot tarmoqlari korxonalar o'rtasida yanqin hamkorlikni o'rnatish ma'mlakatni jadal innovatsion rivojlanishning muhim omil hisoblanadisi deb aytilgan.

Mamlakatimizda to'laqonli innovatsion mahilam shartlanishidan asosiy maqsud ilmiy sarfi yuqori va yuqori texnologiyaga asoslangan ishlab chiqarish hisjuzi o'stirish uchun shartsharoitlar yaratish, shuningdek, kichik innovatsion tadbirkorlikning muassal rivojlanishi uchun shartsharoitlar yaratish, mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy sohalari rivojlanishidag datbarab muammolarni yechish uchun ilmiy, ilmiy-tadqiqot va ixtira-konstruktivlik tashkilotlarining ilmiy-texnik salohiyatidan samarali foydalanish, korxonalarining, ayniqsa kichik biznes korxonalarining investitsion va innovatsion faolligini oshirishga mufki boshqiranda innovatsion faoliyatni kengaytirishga investitsiyalarni jalb qilishdir.

Funda ulmoversiya iborasi inglizcha innovation so'zidan tilingan bo'lib, ayniqsa kiritish degan ma'noni bildiradi. Buning zmidida esa yangi tartib, yangi afat, yangi usul, kashfiyot, yangi qarash va g'oyalar yotadi. Innovatsiya deganda yangi ilmiy texnik yetuqni ifodalash, yangi mahsulotni yaratish, amalda qo'llash jarayoni ham tushuniladi.

Iqtisodiy adabiyotlarda «innovatsiya» tushunchasi ilmiy-texnika salohiyatini real, yangi mahsulot va texnologiyalarni yuzaga keltiradigan jarayon sifatida talqin etiladi.

Innovatsiyalar yoki yangi kombinatsiyalarni amalga oshirishda tushunchasiga yirik iqtisodchi olan Shumpeter tashkilot, mahsulot yoki ishlab chiqarish jarayonini doimiy takomillashtirish yo'li bilan almashuvchi strategik afallik va yutuqlarni kiritgan.

Shumpeterning qarashlarida innovatsiya shunda quyidagi boshlov  
 nazarda tutilganligini ko'rib mumkin:

- yangi na'vni tayyorlash

- ishlab chiqarishning yangi usulini joriy qilish

yangi xususiyatni o'rnatish

«Mahsulot yoki xizmat uyushma mahsulotida yangi mahsulot  
 yaratish»

- o'qitilishda qayta ushbu ishlab chiqarish mahsulotini  
 ta'minlash

Shundaydek, mashhur tadqiqotchi o'lim P. Draker ham innovatsiya-ning iqtisodiy mazmunini asoslan berishga harakat qiladi va tadbirkorlar to'ng vordamida yangi xizmatlar yoki biznes turini amalga oshirish kabi o'zgarishlardan ko'zda tutilgan o'ziga xos bir shahida vositasi sifatida ta'riflaydi.

P. Drakerning ta'rifli Y. Shumpeterning klassik ta'rifli muhijarini ta'kidlab, bir vaqtning o'zida samimiy rivojlanishning sharti sifatida ishkiy-iqtisodiy oratning ahamiyatini va yangi tovarlarni amaliyotda qo'llash zaruratini ta'kidlaydi.

Innovatsion faoliyatning asosiyati birinchiidan, samaliyotga yangi, takomillashtirgan ishlab chiqarishni joriy etish, ikkinchiidan, mahsulot ishlab chiqarish xarajalarining harcha turini qisqartirish, uchinchiidan, ishlab chiqariladigan mahsulotlar narxlarini pasaytirishda ularni isse'mol va sifat xususiyatlarini doimiy ravishda oshirib borish bilan uzulkenadi.

Shunday qilib, ilmiy asoslangan yangiliklar tarqarilish va joriy etilish paytidan boshlab innovatsiyalarga aylanadi. Innovatsiyalarni

hozorga ta'biq etish jarayoni innovatsiyalarni tijaratlashtirish jarayoni deb ataladi.

Bizning fikrimizcha, innovatsiya – bu qandaydir yangi yoki sezilarli darajada yaxshilangan mahsulot (tovar, xizmat) yoki jarayonni, marketingning yangi uslubini, ish amaliyotida, ish joylarini tashkil qilishda yoki tashqi aloqalarda yangi tashkiliy uslubni ishga olib kelishdir.

Innovatsiya – bu kapitalni yangi texnika yoki texnologiyaga, ishlab chiqarishni tashkil etishning yangi shakllariga, xizmat ko'rsatishga, boshqarishga va boshqalarga jalb etiladigan olingan moddiylashtirilgan natijadir. Innovatsiyalarni yaratish, o'zlashtirish va tarqatish jarayoni innovatsiya faoliyat yoki innovatsion jarayon sifatida tushuniladi.

Innovatsiya faoliyatining natijasini innovatsion mahsulot deb ham atash mumkin.

Innovatsiya yangi turdagi yoki takomillashtirilgan va hozirda mavjudga ega bo'lmagan mahsulot, xizmatni, amaliy faoliyatni qo'llaniladigan yangi turdagi yoki takomillashtirilgan texnologik jarayonni o'zida aks ettiradigan innovatsion faoliyatning proseslari natijasidir.

Innovatsiya faoliyatini tashkil etish maqsadli ixtira tarkibiy qismdan iboratdir: innovatsiya faoliyati subyekti va innovatsiya faoliyat obyektlari.

Innovatsiya faoliyati subyektlari sifatida quyidagilar hisoblanadi:

- innovatsiya faoliyatini amalga oshirishda ishtirok etayotgan davlat tashkilotlari;
- innovatsiyalarni yaratayotgan va amalga oshirayotgan jismlar va yuridik shaxslar;
- asosiy faoliyati innovatsiyalarni yaratish, ulardan foydalanish, tijaratlashtirish va tarqatishga vaqariladigan subyektlari (texnologik parklar, innovatsiya fondlar, innovatsiya markazlari, innovatsiya faoliyat infratuzilmasining innovatsion va boshqa tashkilotlari).

Innovatsiya faoliyat obyektlari ha'li quyidagilar hisoblanadi:

- davlat innovatsiya ishlari dasturlari va innovatsiya ilmiy-texnik loyihalari;
- ilmiy-ta'qiqot, tajriba-konstruktorlik va texnologik ishlar va intellektual faoliyat natijalari: ixtirolar, foydali modellar, sanoat narm-

salici, seleksiya yunqlari, dasturiy mahsulotlar, nou-xau, yangi texnologiyalar, texnik, texnologik va qurilish injiniring obyektlari va boshqa innovatsiya mahsulotlari.

Bugungi kunda samarali innovatsion faoliyatni ta'minlashda ularga ko'maklashuvchi turli tashkilotlardan tashkil topgan innovatsion infratuzilmaning shakllanishi shartdir.

Innovatsion infratuzilma — bu tashkiliy, boshqaruv, moddiy-texnik, moliyaviy, axborot, kadrlar bo'yicha, konsalting va boshqa xizmatlarni mujassamlagan, innovatsiya loyihalarni amalga oshirishga imkon beruvchi innovatsiya faoliyati subyektlarining majmuasidir. Innovatsion infratuzilmaga tarkibiy jihatdan quyidagi asosiy funktsionaviy elementlarni kiritish mumkin:

- davlat innovatsiya loyihalari va dasturlarining buyurtmachilari (keyingi bosqichlarda buyurtmachilar deb yuritiladi);
- ilmiy-tadqiqot, loyihalash-konstruktorlik va ta'lim muassasalari, ishlab chiqarish tashkilotlari va ularning birlashmalari; innovatsion tashkilotlar;
- innovatsiya markazlari;
- innovatsiya va ventchur fondlari;
- innovatsiya faoliyatida ishtirok etuvchi nodavlat notijorat tashkilotlar;
- innovatsiya faoliyatini amalga oshirayotgan xorijiy yuridik va jismoniy shaxslar;
- qanchilikka muvofiq innovatsiya faoliyatini amalga oshirayotgan boshqa tashkilotlar.

Vujudga kelish manfaati bo'yicha innovatsiyalar asosan uch turga bo'linaadi:

- fan va texnikani rivojlanishi bilan bog'liq innovatsiyalar;
- ishlab chiqarish ehtiyoji bilan bog'liq innovatsiyalar;
- hozir talabi bilan bog'liq innovatsiyalar.

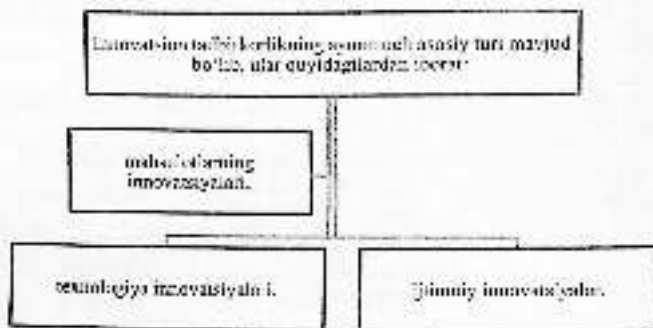
Karxonalarning faoliyati turlariga qarab innovatsiyalar texnologik, ishlab chiqarish, iqtisodiy, ijtimoiy, savdo va boshqarish sohasi ko'rinishida hata kvalifikatsiyalanadi.

## 12.2. Innovatsion tadbirkorlik haqida tushuncha va uning bosqichlari

Innovatsion tadbirkorlik – yangilik yaratishning alohida tadbirkorlik jarayonidir, xo‘jalik jarayoni, uning zaminida muntazam yangi imkoniyatlarni izlash, innovatsiyalarga yo‘naltirilganlik votali. Bu mavjud loyihalarni takomillashtirish yoki yangilarni analiz qilinadigan tadbirkorlikni, shuningdek, bu jarayonda yuzaga keladigan mahsulot, ma‘naviy va ijtimoiy javobgarlikni tadbirkor o‘z zimmasiga olishga tayyorligi bilan bog‘liq.

Innovatsion tadbirkorlik jarayonida o‘z xususiyatlariga ko‘ra innovatsiyalar orqali yangilik kiritish analizi foydalanish orqali (mahsulot va xizmatlar, aly mahsulotlar) va texnologiyalar vositasida ishlab chiqariladi.

Innovatsion tadbirkorlikning birinchi turi ma‘lum o‘rinda korxonaning so‘zlash shahiyatini yangilash, ma‘lumotlangan jarayoni, o‘z o‘rnatida, olinadigan foyda hajmini ko‘paytirish, bazordagi ulushning kengaytirilishi, mijozlarni qabul qilish, mustaqil bolalar mustahkamlash, ma‘lumotni oshirish, yangi ish joylarini yaratishga qaratilgan. Innovatsion tadbirkorlikning asosiy turlari quyida keltirilgan (12.1-chizma):



12.1-chizma. Innovatsion tadbirkorlikning turlanishi

Texnologik innovatsiyalar – energiya, ishlab chiqarish salohiyatini yangilash jarayoni bo'lib, tejash va mehnat unumdorligini oshirishga va energiya xomashyosi va boshqa resurslarni oshirishga qaratilgan, bu korxonada foyda hajmini oshirishga imkon beradi. Texnika yanfexiridigini takomillashtirish, atrof-muhitni muhofaza qilish tadbirlarini o'fkanzish, firma ishki asbora tizimlaridan samarali foydalanish imkoniyatini beradi.

Innovatsion jarayonni tashkil etish usuli asosida korxonada innovatsion tadbirkorlikning uch modelini alohida ko'rsatish mumkin:

1). Iloki tashkilotchilik asosida innovatsion tadbirkorlik, bunda innovatsiya firma ishlab chiqarish usulining maxsus bo'limlari tomonidan innovatsion loyida bo'yicha ularning rejalashtirish va nazorat asosida o'zaro harakatida yaratiladi.

2). Shartnomalar yordamida tashqi tashkilot asosida innovatsion tadbirkorlik, bunda va'yoki o'zlashtirishga bay'atma, innovatsiya tashkilot tashkilotlar o'rtasida joylashtiriladi.

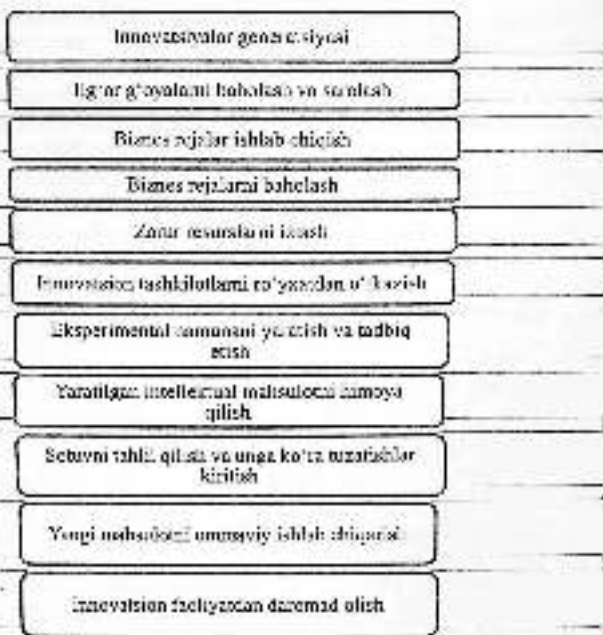
3). Venehurlar yordamida tashqi tashkilot asosida innovatsion tadbirkorlik, bunda firma innovatsion loyihaning tashqi uchun qo'shimcha kompanialarning mahlag'larini jalb etuvchi alo'ba venehurlik firmalarini ra'is etadi.

Ko'p hollarda innovatsion tadbirkorlikning ikkinchi modeli foydalaniladi, ya'ni korxonada yangiliklarni ishlab chiqarishga bay'atma bermaydi, balki ularni o'z kuchi bilan o'zlashtiradi.

Umumiy holda innovatsion tadbirkorlik hosilchilari quyidagi sxemada namoyon o'lgan (12.2-ajizma)

Imiy-tevtik mahsulot (tovar, xizmatlar ishlab chiqarish uchun korxonaga, shuningdek, inshoot ko'rinishida asosiy vositalar, bino, maxsus asbob-uskuna, darsgah va hosilqalar zarr. Tashkilot olarni sotib olishi yoki asosiy vosita egalasdar ma'lum vaqtga qaraga olishi mumkin. Innovatsion faoliyatga zarr bo'lgan nasalar uchun mulkdorlarga pul miqdorini to'lasa to'zim. pul miqdori asosiy vositalarning turi, soni va bahosiga bog'liq. Asosiy vositalarning qassida to'lov uning ishlatilish muqdariga bog'lic bo'lsdi.





### 12.2-ajizma. Innovatsion tadbirkorlik bosqichlari

Innovatsion tadbirkorlikni amalga oshirish uchun tashkilot ma'lum pul resurslarini (DR) sarflagan holda, shuningdek, ilmiy-texnik kadrlarni, ishlab chiqarish xodimlari, ya'ni ishchi kuchini (RS-1) jalb qilishi zarur.

Agar korxonaga o'zining pul mahlag'lariga ega bo'lmagan yoki innovatsion faoliyatni amalga oshirish uchun ular yetarli miqdorda bo'lmagan, bunda mahlag' keyingi to'lov va fuzuli kredit (DK) asosida korxonaga tomonidan kompaniyaga hantlaridan olinishi mumkin.

Bundan tashqari, pulni asosda o'z vaqtida zarur axbarot (DI) olmay turib innovatsion tadbirkorlik bo'lishi mumkin emas.

Korxonada innovatsion faoliyatni tatbiq qilishda zarur bo'lgan ayrim ish va xizmatlarni bajarish uchun hujjatnomalarni pulli asosda talabgor tashkilotlarda joylashtirishi mumkin (Du).

Innovatsion tadbirkorlikni amalga oshirish uchun zarur pul mablag'lariga ehtiyoj mos ravishda quyidagi formala orqali baholanaadi:

$$D = Dm + Do + Dr + Di + Dk + Du,$$

bunda:

Dm – materiallar, xomashyo, energiya, yarim tayyor mahsulotlar sotib olish uchun zaruriy pul mablag'lari;

Do – asosiy fond, mehnat vositalari, binolardan foydalanish bilan bog'liq xarajalar;

Dr – yollangan ishchilarga ish haqi uchun zarur pul mablag'lari;

Di – qo'shimcha axborot olish uchun zarur pul mablag'lari;

Dk – kredit mablag'laridan foydalanish uchun to'lanadigan pul mablag'lari;

Du – taraflar tashkilot va shaxslarning xizmatlari to'lovi.

Innovatsion tadbirkorlikning natijasi sifatida tayyor tovar (mahsulot) yuzaga keladi. Ush korxonada, innovatsion mahsulot iste'molchisi korxonada va innovatsion faoliyatni amalga oshirishdagi sarf-xarajalar va daromadini o'z ichiga olgan narxda (D-P) sotadi.

Shunday qilib, innovatsion tadbirkorlik xo'jalik yuritishning alohida ijodkorlik jarayoni bo'lib, uning asosida yangi ixtisoyatlarni muntazam izlash, innovatsiyaga yo'naltirilganlik, turli-tarzan maqbalardan doimiy masalalarni hal etish uchun resurslar izlashni o'z ichiga olish va ulardan foydalanish demakdir. U tadbirkorning mavjud loyihani yaxshilash yoki yangisini tatbiq etish bilan bog'liq barcha tadbirkorlikni o'z ichiga olishga ko'ngilli ravishda olishga tayyorligi, maaddiy daromad olib keladigan jarayon uchun maaddiy, ma'naviy va ijtimoiy javobgarlikni o'ziga olishi va bundan o'zi bina sozlash hisil qilishi bilan tavsillanadi. Innovatsion tadbirkorlik – tadbirkorlik faoliyati barcha jabhalarining asosidir.

### 12.3. Tadbirkorlik korxonalarini innovatsion faoliyatining asosiy xususiyatlari

Ma'lumki, mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishi ko'p jihatdan o'zli mulkchilik shaklidagi xo'jalik subyektlarining, korxonalarining qay darajada shakllanganligiga bog'liq. Unga, o'zli mulkchilik munosabatlariga asoslangan xo'jalik subyektlari orasidagi optimal nisbatgina yuqori samandorlik shabab chiqarishni tashkil etishga katta imkon yaratadi.

Innovatsion jamiyatni kichik biznes sohasidagi muhitga mavofiq-  
lashirish, uning samarasini oshirish mavjud ijtimoiy-iqtisodiy inkoni-  
yatlardan to'liq foydalanishni taqozo etadi. Asosiy e'tibor bozor  
raqobati sharoitida eng oqilona variantlarni tanlash, loyihalik  
darajasini ta'mirlash va kichik korxonalar faoliyatini jadallashtirishga  
qaratilishi lozim bo'ladi.

Jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, ko'plab rivojlangan  
mamlakatlarda yuqori taraqqiyot darajasiga fan va texnika sohasidagi  
eng so'ngi innovatsiyalarni ishlab chiqarishga tez va ko'p ko'lamda  
jori etish hisobiga erishilgan.

Kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rivojlantirish  
ko'p jihatdan uning boshqaruv tizimi samandorligiga bog'liq. Kichik  
biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rivojlantirishda maqsad  
muva shabab chiqarish tizimini yangilash hisobga ishlab chiqarish  
samaradorligini oshirish, ilmiy-texnik, intellektual va iqtisodiy  
salohiyatlar samaraliroq foydalanish asosida solat raqobat-  
bardorligini oshirishdan iboratdir.

Mukammal raqobat jamiyat uchun juda kuchli signal bo'lib,  
ishlab chiqarish xarajalarini minimallashtirishga va ish haqqi uning  
me'yoriy unumdorligiga maksimal yaqinlashtiradi.

Tadbirkorlik rivojlangan va rivojlamayotgan har qanday mamlakat  
iqtisodiyotining asosidir. Kichik biznesni jadall rivojlantirish baqaror  
iqtisodiy rivojlanishning muhim strategik vazifasi, mamlakat yilpi  
ichki mahsulotini shakllantirishning asosiy bo'g'ini, shahar ish bilan  
ta'minlash va uning daromadlari mahall, milliy farovonlikni  
ta'minlashning asosiy omillaridan biri hisoblanadi.

Kichik korxonalarda yirik korxonalar qatnashida, ayniqsa  
iqtisodiyotning ixtirabon tarmoqlarida innovatsion jamiyatlar, tadbir

korlik rubi ko'proq ko'taradi. Shuning uchun ham kichik va o'rta biznes zamonaviy tarmoqlar hisoblangan elektronika, kompyuterlash va boshqa sohalarda ko'proq o'rin egallagan.

#### 12.4. Tadbirkorlikning innovatsion faoliyatini qo'llab-quvvatlash jarayonlari yo'nalishlari

Tadbirkorlikning innovatsion faoliyatini qo'llab-quvvatlash jarayonlari asosan quyidagi 3 ta yo'nalishni o'z ichiga oladi:

1. Tadbirkorlik subyektlarining innovatsion faoliyati uchun yaratilgan ishlab chiqarish shart-sharoitlarini va ma'lumot yaratish.

2. Tadbirkorlik subyektlarining innovatsion faoliyatini bevosita rag'batlantirish.

3. Tadbirkorlik subyektlarining innovatsion faoliyatini o'z vaqtida to'g'ri moliylashtirish.

Tadbirkorlikni kreditlashning ko'plab ilg'or shakllarini joriy qilish sharoit yaratildi. Birinchi savdolarimiz rivojlanishi bilan tadbirkorlikni moddiy-texnik resurslarini erkin sotib olishga qulay sharoit yaratildi va bu sohaga bog'liq bo'lgan ko'pgina muammolar o'z yozuvinini topdi.

Ishlab chiqarishni korxonalar mahsulotlarini majburiy standartlashtirish va sertifikatlash tizimi soddalashtirildi, erkinlashtirildi va bu ishlab chiqarish davomi ermoqda. Ruxsat berish bilan bog'liq bo'lgan ko'pgina funksiyalar iskon. Fashirildi va soddalashtirildi. Chakana va ilg'ori savdo tizimi erkinlashtirildi.

Moliya, soliq va statistika hisobotlarining barcha shakllari va ma'dallari keskin qisqartirilmogda. Soliqqa tortish stavkalari uziliksiz qiling va kamaytirildi.

Nazorat qiluvchi organlarning nazorat va kuzatuv funksiyalariga yondashuv turlari o'zgartirildi. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan yo'l qo'yilgan qonun buzilishlarni baholash me'zurlari qayta ko'rib chiqilib, tadbirkorlarga nisbatan qo'llaniladigan ko'plab jazovalar miqdori sezilarli darajada kamaytirildi, ayrim-jarim turlari esa butunlay bekor qilindi.

O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatmoqdaki, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishini, uning innovatsion faoliyatini

qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish tizimi shakllangan bo'lib, uning tavsifini tahlillarimiz asosida 12.3-chizmada keltiramiz.

Bizning fikrimizcha, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning innovatsion faoliyatini rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish asosan quyidagi 5 ta yo'nalishda amalga oshirilishi mumkin: ijtimoiy, iqtisodiy, moliyaviy, ilmiy-texnologik va huquqiy-siyosiy sohalar bo'yicha.

Tadbirkorlikning innovatsion faoliyatini rag'batlantirish nafaqat davlat organlari tomonidan, balki turli nodavlat tashkilotlar, tijorat banklari, milliy va xorijiy kompaniyalar, yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan ham amalga oshirilishi mumkin.

O'zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi o'z funksiya va vazifalarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni, shu jumladan biznesni yuritishga qulay shart-sharoitlarni yaratish va iqtisodiyotni yanada liberalashtirish orqali rivojlantirishga oid ma'qul mulkatiy o'stirmalarni tayyorlash hamda innovatsion g'oyalarni, ixtirama-lar va texnologiyalarni joriy etish bo'yicha xalqaro hamkorlikni rivojlantirish hamda normativ-huquqiy bazani takomillashtirish orqali innovatsion faoliyatini qo'llab-quvvatlash jarayonlari yo'nalishlari belgilangan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatini rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risidagi 2018-yil 5-may PQ-3697-sonli Qarorida O'zbekiston Respublikasi innovatsion rivojlanish vazirligining davlat-xususiy shirkatlik shartlarida Qoraqalpog'iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahrida innovatsion loyihalar-startaplarni ishlab chiqish, sinovdan o'tkazish va o'zlashtirish, innovatsion faoliyat natijalarini transfer qilish va tijoratlashtirishni amalga oshiruvchi innovatsion g'oyalarni, ixtirama-lar va texnologiyalar muvazalatini ta'kid etish ma'qullanganligi innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirishga zamin yaratdi.

Ushbu tarixiy o'rinlarning imzolash va  
tasvirlash o'g'atlarining mazmuni

Ilmiy	qisqartirish	ilmiy-tarixiy	ilmiy	ilmiy-tarixiy
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Yangi va qadimiy sarakat</li> <li>2. Xalqning tarixiy hayoti, davlati va madaniyatini o'rganish</li> <li>3. Ilmiy-tarixiy o'rinlarning mazmuni va ahamiyati</li> <li>4. Tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Xalqning tarixiy hayoti va davlati</li> <li>2. Xalqning tarixiy madaniyatini o'rganish</li> <li>3. Xalqning tarixiy o'rinlarning mazmuni va ahamiyati</li> <li>4. Xalqning tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ilmiy-tarixiy o'rinlarning mazmuni va ahamiyati</li> <li>2. Xalqning tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> <li>3. Xalqning tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> <li>4. Xalqning tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ilmiy-tarixiy o'rinlarning mazmuni va ahamiyati</li> <li>2. Xalqning tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> <li>3. Xalqning tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> <li>4. Xalqning tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Xalqning tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> <li>2. Xalqning tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> <li>3. Xalqning tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> <li>4. Xalqning tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash usullari</li> </ol>

12.3-ehizma. Ushbu tarixiy o'rinlarning imzolash va tasvirlash o'g'atlarining mazmuni

## 12.5. O'zbekistonda innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirish yo'nalishlari

Quyidagi 12.4-ehizmada ushbu markazlarning asosiy vazifalaridan ba'zilari aks ettirilgan:



12.4-ehizma. Davlat-xususiy asosidagi markazlarning ba'zibir vazifalari

Innovatsion G'oliyat markazlashirilgan va markazlashirilmagan turda moliyalashtiriladi. Buning usulda pul mablag'lar: davlat byudjeti, ilmiy-texnik rivojlanish davlat daromtiga kiritilgan loyihalarni maqsadli moliyalashtirish; ta'lim ishlarini bajarish ko'rsatma jumqatunlar; ma'naviy loyha uchun ajratilgan va qaytarilishi kutilmaydigan grantlar hamda subsidiyalar; hokimiyatlar va boshqaruv organlari maxsus buyurtmalarini moliyalashtirish; davlat banklarning kreditlari hisobidan taqdim etiladi.

Moliyalashtirishning markazlashirilmagan usul korxonalarining xususiy mablag'lar, xususiy shaxslar, maxsus moliya yoki xayriya jam'atmalari hamda kredit mablag'laridan foydalanishga asoslangan. Masalan, AQSHda san'at kompaniyalari va banklari, universitetlar, kollejar, federal hukumat iduralari hamda mahalliy boshqaruv organlari, sohalor va ularning uyushmalari, xususiy shaxslar ilmiy jam'atmalarini tashkil qilishda faol qatnashadilar.

O'zbekistonning davlat investitsiya siyosati birinchi navbada iqtisodiyotda tuzilmaaviy o'zgarishlarni chuqurlashtirish, korxonalar investitsiya faoliyatini jadallashtirish hamda ocher el investitsiyalarini keng miqdorda jalb qilish, shuningdek, investitsiya loyihalari tanlovi asosida ijtimoiy masalalarni hal etishga yo'naltirilganidir.

Shuni ta'kidlash joizki, amaldagi soliq tizimi kichik korxonalar, jumladan, innovatsiya korxonalarini faoliyat yuritish sharoitlarini hisobga olmaydi. Innovatsiya korxonalarini, hoshqa xususiy korxonalar kabi, foyda solig'idan to'plash paytida soliqqa tortiladigan foyda miqdorini aniqlashda imriyozga egadirlar. Jumladan, ularga ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta tashkil qilish, texnikaviy jihozlash uchun yunaldirilgan foydani chegitirish huquq taqdim etilgan. Ishlab chiqarish uchun mo'ljallangan mahsulotlarda qatnash materiallarini yetkazib beradigan ba'zi bir korxonalar o'ziga foydasi ushbu korxonaga to'yxatgan olingan kundan boshlab, dastlabki ikki yil mobaynida soliqqa tortilmaydi.

#### **12.6. Korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati ustunliklari**

Mazkur antiyuz tugatilgan yoki davlat rasamifidan chiqarilgan xususiy sanatsiya ustijasida qayta tuzilgan innovatsiya korxonalarini, o'zining lillialari hamda tuzilmaaviy bo'linmalariga tegishli emas.

Rivojlangan bazar iqtisodiyotiga ega mamlakatlar tajribasiga ko'ra, innovatsiya korxonalarini bahon respublikada qabul qilugan hamda iqtisodiyotning ustivor sohalarida amal qilayotgan barcha imriyozlarni qo'llash maqsadiga muvofiqdir. Bundan tashqari, ilmiy izlanishlarni bajarayotgan innovatsiya korxonalarini taqqos ishleri uchun ilmiy-texnik asbob-uskunalar sotib olgan yilning oxiridanoq, 50 foizli amortizatsiya huquqiga, qolgan asosiy mahlag'lar hisobidan esa jadallashgan amortizatsiya huquqiga ega bo'lishlari lozim.

Korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati ustunliklari quyidagi chizmada berilgan (12.5-chizma).

Innovatsion tadbirkorlik uchun biznes muhit asosiy hisoblanadi, chunki yangiliklarni kashf etish va uni amalivotga tatbiq qilish yetarli tadbirkorlik muhitini talab qiladi.



Tadbirkorlik muhiri – bu biror bir maqsadga yo'naltirilgan izlanish (tadqiqot) olib borish va uni amalda tadbir qilib uchun sharoit yaratib beruvchi muhitdir.



### 12.5-chizma. Xususiyl korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati ustunliklari

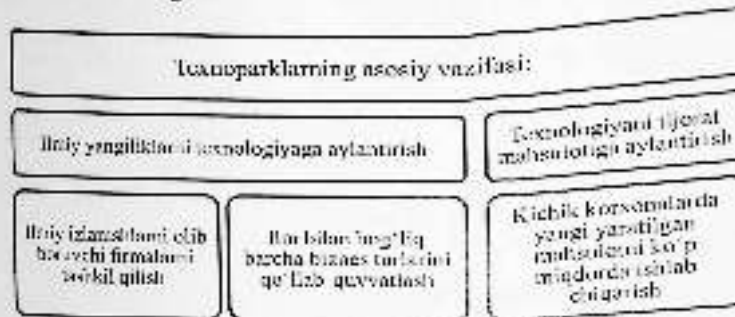
Bunday muhitning asosiy elementlarini bozorda aktiv harakatlanuvchi, o'z moliyaviy mas'uliyatiga ega bo'lgan investitorlar, raqobatbardosh tovar ishlab chiqaruvchilar va ularga xizmat qiluvchi bozor talabkorlari tashkil qiladi. Iqtisodiyetda bunday bozor muhitini yaratish – hozirgi kunda davlatimizda turgan asosiy vazifalardan biridir.

Biznes kataloqlarini yaratish, uning rivojini uchun qulay muhit yaratish maqsadida davlat boshqaruv idoralari va bozor tashkilotlarida ma'muriy protseduralarni bajarish bilan bog'liq, ancha yuqori darajada bo'lib turgan biznes xarajatlarini kamaytirish lozim. Biznes muhitini yaratishda mavjud bo'lgan innovatsion tadbirkorlikni asosini tashkil etadi.

Innovatsion tadbirkorlikning tashkiliy – huquqiy asosini tashkil etadi. Bozor iqtisodiyoti rivojlangan davrlarda katta risk (tavakkalchilik) bilan ishlaydigan maxsus ventur kompaniyalari mavjud bo'lib, ular yangi tovar va xizmatlar yaratish ustida tadqiqotlar olib boradilar.

Yechim firma asoschilari – injener, olimlar o'z tadqiqot natijalarini ekspozitsiya, patent va kompaniyani firmalarga topshiradilar.

Innovatsion tadbirkorlikning yana bir territorial tashkiliy turi ilmiy texnologik park (texnopark) lar bo'lib, bu struktura innovatsion biznes mahsulotini ishlab chiqarish va hozirda sotishni tashkil qilishni yordam beradi va shu orqali kichik biznesda innovatsion faoliyatni rivojlantirishga yordam beradi. Texnoparklarning asosiy vazifasi 12.6-chizmada aks ettirilgan.



### 12.6-chizma. Texnoparklar faoliyatining vazifalari

Biznes inkubatorlar – kichik kichik innovatsion korxonada faoliyat ko'rsatishi uchun sharoit yaratuvchi strukturadir. Biznes inkubatorlar ko'p qancha funksiyalarni bajaradilar:

- kichik biznes korxonalariga imtiyozli shartlarda asho uskunalar yetkazib beradilar, huquqiy masalalar va axborot xizmatlar ko'rsatadilar;

- ilmiy texnologiyalarni tijorat asosida sotadilar;
- tadbirkorlarning malakasini oshiradilar va hoshqalar.

Oqilona investitsiya ziyosatini yuritishda davlat tomonidan innovatsion tadbirkorlikka samarova qo'yishning o'ziga xos afzallik mavjud. Sotilaydi sarmoyadonlarning erkin pul mahlag'larini iqtisodida eng muhim iqtisodiy instrument fond hoziridir. Aksiyonliklikligi, firmaning reklama-axborot faoliyati, valuta maydonchas ko'p qancha qo'yilgan aksiyalar harakatining tahlili va aksiyalar pake

shet el investorlariga solish fond bozori holatining yanada yaxshilanishiga xizmat qiladi.

Innovatsiya biznes bo'yicha faoliyat yuritadigan tadbirkorlar va investorlarning daromadlari, investitsiya korxonalarini aktivlarining bozor qiymati o'zlasiga belgilangan soliq stavkasiga, ya'ni fond bozorida sotiladigan qimmatli qog'ozlarning sotuv qiymatiga o'lashtirilgan soliq stavkasiga bog'liqdir. Soliq stavkasi innovatsiya korxonalarini mahalliy darajada avvalki darajasini oshirishni yoki kamaytirishni omil hisoblanadi. Shuning uchun ham qimmatli qog'ozlar bilan amaliy oshiriladigan operatsiyalarda dividendlardan, qimmatli qog'ozlarni sotib olishdan undiriladigan soliq, shuningdek, tarkibiy qimmatli qog'ozlar qiymati kiritilgan korxonalar mulkidan olinadigan soliq, kabi undiriladigan turli xil qayta-qayta soliqarga yo'l qoymaslik lozim. Soliq solishning bu kabi amaliyoti natijasida ishlabarmonlik faolligi pasayadi, ya'ni innovatsion korxonalar tasavvur topish ehtiyojlarini qashqaradi, ehtiyojlarini lozim kunda korxonalarining faoliyat yuritish imkoniyatlarini kamaytirib beradi. Soliq yoximining pasayishi innovatsion tadbirkorlikka hamda iqtisodiyotning xususiy sektoriga investitsiyalar jalb qilishda ikkilanmali kapital (qimmatli qog'ozlar bozori)ning ahamiyatini oshiradi.

#### **Asosiy tushunchalar va tushunchalar**

Innovatsiya, ilmiy texnik yutuq, Investitsiya, Strategik aqallik, Yutuqlar, Konstruktorlik, Fan, Yuqori texnologiya, Ekspert, Innovatsion iqtisodiyot, Ilmiy-texnikaviy, Yaratilgan, Modernizatsiya, Ixtirochi, Ratsionalizator, Ilmiy-amaliy tadqiqotlar, Tajriba-konstruktorlik tashkilot, Axborotlar almashiruv, Texnik va texnologik yangilash, Kashiyyot, Saodat umumiy, Foydali mndel, Seleksiya yutuqlari, Dasturiy mahsulotlar, Non-xru, Injenerlik, Nedavlat natijalar tashkilotlar, Kvalifikatsiyalanish.

#### **Mayza bo'yicha savollar:**

1. Innovatsiya deganda nima tushoniladi?
2. Iqtisodiy adabiyotlarda innovatsiya tushunchasi qanday jarayon sifatida taqdim etilgan?
3. Fanda innovatsiya iborasi qaysi jihatdan tili so'zidan olingan va nima oqibat natijani bildiradi?

4. Mamlakatimizda ra'qonli innovatsion mahsulotni shakllantirishdan asosiy maqsadi nimadan iborat?

5. Bugungi kunda har yili innovatsion g'oyalari, texnologiyalar va loyihalar Respublika Yarmarkasi o'tkazilmoqda. Shu bois, innovatsion yarmarkaning maqsadi to'g'risida batafsil ma'lumot bering.

6. Innovatsiyalar yoki yangi kombinatsiyalarni amalga oshirishda tashkilotlarga yirik iqtisodchi olim Shumpeter nimani kiritgan?

7. Innovatsiya faoliyatini o'rganish predmeti uchta tarkibiy elementdan va o'zlarini o'rganishdan iborat?

8. Innovatsion infratuzilma deganda nimani tushinasiz?

9. Ushbu fan, ta'lim hamda ishlab chiqarish integratsiyasi bilan nimaga qanday sharoit yaratiladi?

10. Innovatsion infratuzilmaga tarkibiy jihatdan qanday asosiy funktsioniy elementlari kiritilgan?

11. Vujudga kelish maqsadlari bo'yicha innovatsiyalar asosan uch turga bo'linadi, ular qaysilar?

12. Innovatsion ta'birkorlik bosqichlarini so'zlab bering.

13. Jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, ko'plab rivojlangan mamlakatlar yuksak taraqqiyot darajasiga qanaqa choralarini qo'llash evaziga erishib kelaypti?

## 13-BOB. TADBIKKORLIK POLIYATIDA BANKROTLIK VA FRANCHAYZING

13.1. Bankrotlik tushunchasi va bunday inqirozga uchrashi sabablari.

13.2. Xalqaro tadbirkorlik subyektlarini tugatish va ishdan bo'shatilayotgan ishchining huquqiy kafolatlari.

13.3. Xalqaro tadbirkorlik faoliyatida franchayzing kurxonalari haqida tushuncha.

13.4. Franchayzingning chek el tajribasi.

### 13.1. Bankrotlik tushunchasi va bunday inqirozga uchrashni sabablari

Bankrotlik (ital. - singan kuzi), ya'ni sinish - inqiroz, korxonalar, firma yoki bankning mablag'i yetishmasligidan o'z majburiyatlari bo'yicha qarzlarni to'lashga qurba yetmasligi, qarzdorning majburiyatlari mol-mulkidan ushlab ko'rganligi sababli tovar, ishlar, xizmatlarga inq to'lash yuzasidan kreditlarning talablarini qondirishga qodir emasligi, shuningdek, byudjetga va boshqa fondlarga majburiy to'lovlarni to'lov to'lashga qodir emasligi tushuniladi.

O'zbekiston Respublikasining 2003-yil 24-aprel 474-II-sonli «Bankrotlik to'g'risidagi yangi tahrirdagi qonunida bankrotlik tushunchasi quyidagicha ifodalangan: «Bankrotlik (iqtisodiy nochorlik) - iqtisodiy sud tomonidan e'tirof etilgan, qarzdorning pul majburiyatini bo'yicha kreditorlar talablarini to'la hajmda qondirishga va (yoki) majburiy to'lovlar bo'yicha o'z majburiyatini to'la hajmda bajarishga qodir emasligi».

Bankrotlik odatda, korxonaning yopilishiga olib keladi. Chunki qarz kredit beruvchining talabini qondirish uchun mol-mulkini sotibdan o'zga sherni qolmaydi. Iqtisodiy inqirozlar davrida kasabiya uchragan kurxonalarning asri keskin oshib ketadi, uning oqibatida ishsizlik kuchayadi. 1987 yildan e'thoran korxonaning to'lov qobiliyati yo'qligi tushunchasi amaliyotga kiritildi.

Bankrotlik amalda korxonaning byudjet, bank va mol yetkazib beruvchilar oldida o'z majburiyatlarini bajarishga oqchgan bildiradi. Bankrot deb e'lon qilinar kurxonalarga nisbatan qator savatsiya

tadbirlar o'kaziladi, unga har tomonlama yordam ko'rsatiladi (soliq-  
lardan ozod etiladi, qarzlarni to'lash kechiktiriladi). Buzor iqtisodiyoti  
sharoitida bankrotga uchragan korxonalar boshqa korxonalariga sotiladi  
yoki qo'shib yuboriladi, korxonalar jamoa a'zolariga ijaraga beriladi va  
boshqa.

Korxonalar suldar, xo'jalik sudlari qarori bilan bankrot deb e'lon  
qilinadi. O'zbekiston Respublikasida kreditorlarning da'volarini  
qo'g'irish maqsadida xo'jalik yuritish subyektlari bo'lmush yuridik va  
jirimay shaxslarni bankrot bo'lgan deb e'lon etish shartlari va tartibi  
O'zRning (1994-y. 5-mayda) qabul qilingan «Bankrotlik to'g'risida»  
Qonunida belgilab berilgan (bu qonun o'z faoliyatini davlat byudjeti  
mablag'lari hisobida amalga oshiriladigan korxonalar, tashkilotlarga  
nisbatan tatbiq etilmaydi).

**Bankrotlik** - bu xo'jalik suldurog' qarori bilan kichik biznes  
subyektlarning iqtisodiy qashshoqligi, uli qarz majburiyatlari bo'yicha  
to'lovga qobiliyatsizligini tekshirib e'lon qilinishi. Bu hozir iqtisodiyoti  
sharoitida muqobal kurashi natijasida vujudga keladigan oddiy holat  
bo'lib, unda nochor tadbirkorlik tizimi o'zining xo'jalik faoliyatini  
to'xtatadi. Kreditorlarga qarzni qaytarish maqsadida bankrotlikka  
uchragan tadbirkor yoki korxonalar mulkiyat sohasi. Hozirgi kunda  
respublikamizdagi ko'pgina tadbirkorlik tizimlariga bankrotlik og'ir  
maliyaviy ahvoldan chiqishga, xo'jalik yurituvchi subyektlarga yordam  
ko'rsatishga, aynalig' himg'undakat tiklashga va yana to'lash qobiliyatiga  
ega bo'lishga yo'l ochib bermoqda.

**Bankrot** - bu jismoniy yoki yuridik shaxs (xo'jalik yurituvchi  
subyekti), xo'jalik sudi qarori bilan iqtisodiy qobiliyatsiz korxonani  
qardor deb e'lonlanidir. Ikkinchi variant amaliyotda tebiikertik tarkibini  
sog'lomlashtirish (sanatsiya) usuli sifatida ishlatilishi mumkin.

**Sanatsiya** (lotincha - davolash, sog'lomlashtirish ma'nosini  
bildiradi) - bu san'at, savdo va boshqa korxonalarini bankrotlikdan  
so'zlab qolish uchun yirik banklar va davlat tomonidan o'tkaziladigan  
tadbirlar tizimidir. Iqtisodiy qashshoqlik va bankrotlik haqidagi qonun  
bankrotlik jarayonini fauqulorda voqes deb qaraydi. Korxonaning  
luqarosty huquqiy majburiyatlarini bajarmasligi, qarzlarni aktivlardan  
otaqlig' subyektni bankrot deb bilishga asos bo'lmaydi. To'lay  
elmalik qobiliyati uzoq muddatli bo'lishi, ayrim sahablarga ko'ra  
o'zgaruvchan bo'lishi ham mumkin.

Bankrotlik qarzdor va kreditorlar o'rtasida qarzlarni to'lash to'g'risida tinchlik yo'li bilan kelishish imkonini ko'zda tutadi. Tinchlik yo'li bilan kelishuvning qarorini kreditorlarning umumiy majlisida qabul qilinadi va xo'jalik sudi tasdiqlaydi.

Bankrotlik xarini bu ma'lum haqiqiy holat bo'lib, uni aniq sharoitni hisobga olib baholash zarur. Yomon niyat va qalbski bankrotlik muammasini qo'shimcha ravishda qayta ko'rib chiqish talab etiladi.

Biroq, hozirgi vaqtda MDH ning bir qator davlatlarida lizing beruvchi mulkni foydalanishga bo'lgan tomonning to'lovga layoqatsizligini aniqlanmasda, uni faol yarini tartibga solishning huquqiy asoslari to'liq o'rnatilmagan. Chunki lizing oluvchi tomon bankrot deb o'lu qilinmasda, u mulkning haqiqiy egasi hisoblanmaydi va unda to'lovni undirish masalasi to'liq hal etilmagan.

Bankrotlik holatida lizing bitimi lizing oluvchining aybi bilan belan qilingan hisoblanadi, lizing oluvchi lizing beruvchiga bitim buzilganligi natijasida yuzaga keladigan xaridarni to'liq qoplashi shart. Bankrot bo'lgan korxonan o'zining majburiyatlarini to'lashda kontragentlar qatnashgan lizing beruvchi ham o'ziga to'lovlarni undirish uchun tayyarga, ya'ni to'yxatga qo'yiladi va o'rnatilgan tartibda to'lov masalasi oshiriladi.

**Tadbirkorlik korxonalarining inqirozga uchrashi sabablarini.**

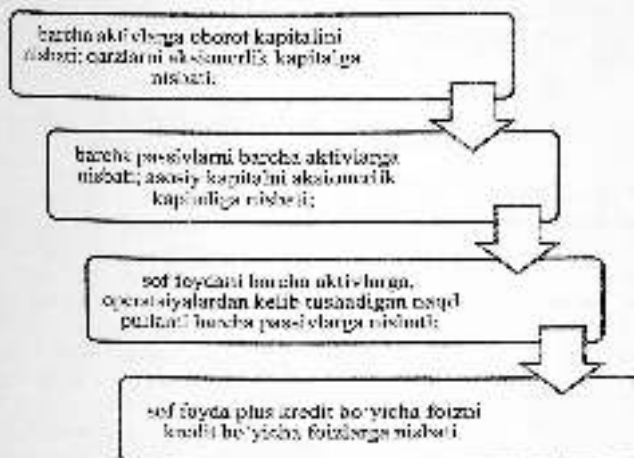
Xorijiy davlatlardagi korxonalarining oyoqqa tushishi va tarqoqiyatiga odat tadbirlardan kelib chiqqan holda shuni aytilish kerakki, kichik biznes korxonalari moliyaviy krizisi va bankrotligining sabablari – bu talabni qisqartirish, ishlab chiqarish hajmini pasayirish, uni ledan chiqirish va ma'lum boshqaruv tizimining yo'qligidi.

Kichik xo'jalik yurituvchi subyektlarning moliyaviy qatishloqligi va bankrot bo'lishi tadbirkorlar, rahbarlar, firmaning menejerlari tomonidan yo'l qo'yiladigan bir qator kamchiliklarga bog'liq. Sharning uchun biznesni tashkil etishda imkoniyatlarni, resurslarni va ravakaliliklarni hayotiy siklini barcha bosqichlarida paxta tahlil qilish kerak bo'ladi.

Demak, bankrotlikga uchrashning sabablari tovar ishlab chiqarishda qiymat qonunining amal qilishi, uzqin va inflyatsiya bilan belgilanadi.

Iqtisodiy inqirozlar davrida kasadga uchragan korxonalarining sari kaskin ushlab ketadi, uning oqibatida ishsizlik kuchayadi.

*Xalqaro tadbirkorlik korxonalarini bankrot bo'lish imkonini baholashda quyidagi ko'rsatkichlar nisbatini tahlil qilish zarur (13.1-chorizma):*



### 13.1-chorizma. Tadbirkorlik korxonalarini bankrot bo'lish imkonini baholash

O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti I.Karimov tomonidan (24-iyun 2003-yilda) qabul qilingan «Tadbirkorlik subyektlarining xo'jalik shahididagi huquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini o'rintash to'g'risida» Farmonida quyidagilar belgilab qo'yildi:

*Birinchiidan*, tadbirkorlik subyektlari tomonidan birinchi marta e'lon etilgan, qasddan qilinmagan va katta abzanmaydi, shuningdek Davlat budjeti va davlat mabudadi jamg'armalariga to'lovlar kamroq tushishiga olib kelib yadigan huquqbuzarliklar uchun mansabdor shaxslarga nisbatan qonunda belgilangan tartibda materiallarni sud organlariga taqdim etmasdan faqat ma'muriy javobgarlik choralarini qo'llaniladi;



*ikkinchidan*, materiallar sud instansiyalariga topshirilgan hollarida, tadbirkorlik subyekti soliqlar, yigimlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lamaganlik uchun sodir etilgan huquqbuzartlik talayli yetkazilgan zararning o'rtini bir oy maboytida ixtiyoriy ravishda qoplagan hamda usning oqibatlarini bartaraf etgan, jumladan penya to'lagan tadbirkorlik subyekti moliyaviy sanksiyalar qo'llanilishidan ozod etilishi belgilab qo'yildi.

### 13.2. Tadbirkorlik subyektlarini tugatish va ular bilan bog'lanayotgan ishchining huquqiy kafolatlari

Iqtisodiy nochor korxonalar qonuniga muvofiq bankrotlik to'g'risida e'lon berish yo'li bilan majbura (ixtiyoriy ravishda) tugatilishi kerak.

Qarzdonga (bankrotga) nisbatan xo'jalik sudi tomonidan quyidagi choralar ko'rilishi mumkin: sanatsiya, tugatish, tinchlik kelishuvi. Bu yerda sanatsiya deganda tarkibni qayta tuzish tartibi, mulk huquqini o'zgartirish, qarzdorni mulk tomonidan, yoki xizmat berilgan idora, yoki boshqa shaxslar tomonidan ushbu qarzlarni va uning uchun jamaasani sinqlab qolish niyatida moliyaviy qo'llab quvvatlash musharifiadi. Agar xo'jalik sudi qarzdorni mulki bankrotlik ishi bo'yicha olib boriladigan ishlar xarajati yermasligini aniqlasa, unda sud qarzdorni bankrot deb e'lon qiladi va bankrotlik ishini tugadi deb hisoblaydi. Agar bankrotlik tinchlik kelishuvi tuzish bilan tugasa yoki bankrotlik ishini xo'jalik sudi to'xtatsa, yoki qarzlarda e'to' faaliyatini davom ettirish uchun barcha shikoyatlaran so'ng yetarli mulki qolsa unda yuridik shaxs tugatilmaydi.

Tinchlik kelishuvi —bu qarzdor va kreditorlar o'rtasidagi qarzlarni to'lash to'g'risidagi kelishuv bo'lib, unda qarzlarni kamaytirish yoki ularni to'lash muddatini o'zgartirish va boshqa rameshlarni kelishuvi bilan amalga oshiriladigan shartnomalar ko'zda tutiladi.

Tinchlik kelishuvi ta'sir qilish muddati kreditorlarining umumiy majlisida qarzdorning taklifi asosida belgilanadi. Xo'jalik sudi bosh qaruvchining yoki kreditorning taklifi bilan tinchlik kelishuvini quyidagi hollarda tugatadi, agar: qarzdor atayin yoki qalbaka bankrotlikni amalga oshirsa; qarzdor tinchlik kelishuvida ko'zda tutilgan majburiyatlarini bajarmasa; tinchlik kelishuvining ta'sir qilish muddatining yarmidan kam hollamagan qismini o'tgandan keyin qarzdor tinchlik kelishuvini

shartini bajara olmasa. Agar tushlik kelishuvi tugatilsa, unda bankrotlik ishini ko'rish yana tiklanadi.

### **Ishdan bo'shatilayotgan ishchining huquqiy kafolatlari**

Agar ko'xona bankrot deb topilsa, korxonani boshqaruvchi rahbar nehusi shartnomasining shartini bajarishni davom ettiradi yoki shartnomani hujjatlarga asosan bekor qiladi.

Ish buraevchilar bankrot deb topilganda ularning ishchilariga to'lanmagan maosh kompensatsiya sifatida davlat tomonidan to'lanadi, bunda to'lanadigan pul miqdori ikki oylik o'rtacha maoshdan ortiq bo'lmashligi zarur (agar respublika qonuniyatida boshqa narsa ko'zda tutilmagan bo'lsa).

Agar ishchilarga ish buraevchini bankrotligi sababli davlat kompensatsiya to'lasa, mamlakat shartnomasini tugatilishida yoki boshqa qonuniy hujjatlar asosida bankrotlik ishi ko'rilishida shu kompensatsiyani to'lagan davlat idorasi kreditdor sifatida chiqadi.

Qarzdarini bankrotligi ummotsabati bilan yashab turishi uchun pul mablag'i - hayot kechirish uchun butunlay mablag'i bo'lmaganda beriladi. Bunda qarzdorning arizasi asosida xo'jalik sudi unga va uning qaramog'idagilarga bankrotning mulki hisobidan yashash uchun zarur bo'lgan mablag' miqdorida ikki oygacha to'lab turadi. Aytin holda, bu muddat xo'jalik sudi tomonidan uzaytirilishi mumkin.

Xalqaro tajribada bankrotlik asosida ko'xonani tugatish uchun ham xush ko'rinmaydi. Uning o'rniga uni yana normal faoliyat olib borishiga ko'maklashish ko'zda tutilgan. Mamlakatimizdagi amaldagi bankrotlik to'g'risidagi qonunda ham ana shunga qaratilgan tadbirlar mavjud, ya'ni: «Bankrotlikning oldini olish maqsadida qarzdorning muassislari (ishitiruvchilari), boshqaruv organi yoki qarzdorning mulki egasi qarzdorni bankrot deb topish to'g'risidagi ariza iqtisodiy sudga taqdim etilgunga qadar qarzdorni malisviy jihatdan sog'lomlashtirishga qaratilgan choratadbirlarni ko'radi. Qarzdorni malisviy jihatdan sog'lomlashtirishga qaratilgan choratadbirlar qarzdor bilan tuzilgan bitimga asosan kreditdorlar yoki boshqa shaxslar tomonidan ham ko'rilishi mumkin».

### 13.3. Xalqaro tadbirkorlik faoliyatida franchayzing korxonalari haqida tushuncha

Bugungi kunda kooperatsiya aloqalarining xomashyo yetkazib berishdan iborat oddiy ko'rinishidan tortib to franchayzing tizimini qo'llash kabi murakkab turlarigacha mavjud.

*Kooperatsiya aloqalari* – mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha bir yoki bir necha korxonaning hamkorligi.

Ba'zida ma'lum bilimga, tajribaga, qobiliyatga ega bo'lgan ishbilarnomaga o'zining shaxsiy biznesining tashkiliy shaklini tanlab olib uchun Jadillik, mulklik xususiyati yetishmaydi, shu sababli u o'ziga ishlatish uchun tayyor korxonani imtiyozli shart bilan boshqa davlatdan yoki O'zbekistondan, yirik firmadan yoki ulaning texnologiyasidan, tovar markasi (belgisidan) foydalanish huquqiga ega bo'ladi, ya'ni franchayzing o'ladi.

Franchayzing – bu kompaniyaning o'zaro manfaatli bitimga asoslangan biznes olib borish usulidir. Bu bitim yirik kompaniya bandi o'rnida firma yoki alohida ishbilarnomalar o'rtasida tuziladi. Bu bitimning mohiyati kichik biznesga o'z ishini maxsus tanlangan joyda va ma'lum vaqt davomiyligida olib borish imkonini berishdan iborat. Har qanday franchayzing tizimining asosini kompaniyaning shartnomasini o'z ichiga oluvchi franchayzing shartnomasi tashkil qiladi.

Franshiza – biznes yuritishning bir turi bo'lib, xarajatlarning tez qoplashi va daromadliliigi bilan tanilgan. Bugungi kunda bu biznesni yo'lga qo'yishning eng oson yo'lidir. Bu, mada boshlovchi tadbirkorlik besh yillik oyoqqa turib olish hosilchisini tashlash, bevosita yirik daromadlarga o'tish imkoniga ega bo'ladi.

Savdo markasidan foydalanishda, odatda, kompaniyalar paschal hadal to'lashadi – bu, bir martalik to'lov bo'lib, qaytarib berilmaydi, kichik franchayzer brenddan foydalanish huquqi uchun kafolat sifatida xizmat qiladi. Yana bir to'lov har – royalti, u har oy franchayzer aylanmasidan brend egasiga to'lanadi. Franshiza oqishidagi eng muhim usul – tikiladigan mablag' miqdori, chunki boshlovchi biznesmen biznesga qancha investitsiya kiritish lozimligini har dafta ham bilavermaydi. Dufun dunyoda o'ralab, yuzlab do'konlari bir tajribali franchayzer esa, yaxshi maslahatchi bo'la o'ladi – u franchayzingning muvaffaqiyatli ishlatishdan manfaatdordir. Paschal hadal va royaltiga

zatlarga doirlikni xatujatlardan mahqari, jilozlar, reklama va x  
zi lacian uchun mahlag' talah etilindi.

Strebucke franshizasini olish istagida bo'lganlar qahvaxona  
li konklariga 2-2.5 ming dollar taklidlariga to'g'ri keladi, qa  
umumiy maydani esa, 75-85 m<sup>2</sup> bo'lishu lozim. Shu tariqa, Star  
investitsiyalarning o'zi biznesomaga 150-175 ming AQSH  
tshadi, boga lali penshal badal va royalti kirmaydi. Shu  
kompariya loyihla ikki yildan keyutgina foydaga kirishini va'd  
Kompaniya o'z obro'sini shunchalik avaylaydiki, hatto, juda  
titim taklif etilganla ham, biznesomca shubha uyg'utsa yoki,  
tam bo'lsa, tal javabi beriladi.

Subway - umumiy ovqatlanish restorantlari bo'yicha ja  
yetakchi tarmog, dunyoning 112 ta mamlakatida mavjud, ko  
trenti osida 44 800 ta restoran faoliyat yuritadi. Star  
qiraganda, Subway potensiol franshlayzi uchun yamshoqroq  
q'iydi. Sandwichlarlar tarmog'i bilan hamkorlik qilish uchun  
yoki zoyih biznesomca obro'si talah etilmaydi.

O'zbekistan franshlayza bozorida Interkontinental, Radisson, l  
shahar uchmonxonla brendlarini uchratish mumkin. Y  
quchla kiyim-kechak brendlari vakillari bor, ular orasida erig  
zulari - Adidas, Giovanni Gentile, MEXX, Tommy Hilliger,  
ovodlanish yo'nalishidagi tanikli brendlardan va  
shoholatlaritza yaqinda ish boshlaydi. Bundan  
franshlayzalarimg noca'naviy ko'rinishlari ham uchraydi.  
shohobuyrta intellektual-ko'ngilozlar o'yini misol bo'ladi.

#### 13.4. Franshlayzaning chet el tajribasi

Tajikistodagi vaziyatni o'rgansak, u yerda ham biz  
franshlayza yetarlika rivojlanmaganligini ko'ramiz. Hozirda Teil  
Burger King, «Ashana», MEXX, Coca-Cola va hoshqalar frans  
ishlamogda. Aksariyat xotijiy yirik tarmoqlar katla inv  
kompaniyalari tomondan yoki davlat ko'ruigida uchilamogda.

News.ij keltirishicha, «Just Star Capital Kyrgyz Republi  
dzakuni Alua Mamon shunday deydi: «Markaziy Osiyo  
franshlayzalar to'plashda biz molayaviy jihatga ham e'tibor hera  
buze qimmatbaha franshlayzalar uchun etadligini tushuamiz. N

### 13.3. Xalqaro tadbirkorlik faoliyatida franchayzing korxonalarini haqida tushuncha

Bugungi kunda kooperatsiya aloqalarining xomashyo yetkazib berishdan iborat oddiy ko'rinishidan tashqari to franchayzing tizimini qo'llash kabi murakkab turlarigacha mavjud.

**Kooperatsiya aloqalari** – mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha bir yoki bir necha korxonaning hamkorligi.

Ba'zida ma'lum bilimga, tajribaga, qobiliyatga ega bo'lgan ishlab chiqaruvchi o'zining shaxsiy biznesining tashkiliy shaklini tanlab olish uchun darhol, mardlik xarakteriyati yetishmaydi, shu sababli u o'ziga ishlatish uchun tayyor korxonani imtiyozli shart bilan boshqa davlardan yoki O'zbekistondan, yirik firmadan yoki ulaning texnologiyasidan, tova markasi (belgisi)dan foydalanish huquqiga ega bo'ladi, ya'ni franchayzing olinadi.

**Franchayzing** – bu tomonlarning o'zaro manfaatli bitimga asoslangan biznes olib borish usulidir. Bu bitim yirik kompaniya hamda mayda firma yoki shaxsda ishlab chiqaruvchi o'rtasida tuziladi. Bu bitimning mahiyati kichik biznesga o'z ishini maxsus tanlangan joyda va ma'lum vaqt davomiylikida olib borish imkonini berishdan iborat. Ular qanday franchayzing tizimining asosni tomonlarning vazifalarini o'z ichiga oluvchi franchayzing shartnomasi tashkil qiladi.

**Franshiza** – biznes yuritishning bir turi bo'lib, kompaniyaning tez ko'plashishi va daromadlilikini bilan tanilgan. Bugungi kunda bu biznesni yo'lga qo'yishning eng oson yo'llaridan biri, unda hoshlovchi tadbirkorlik ashi yirik oyoqqa turib olish bosqichini tashlab, boshqita yirik daromadlarga o'tish imkoniga ega bo'ladi.

Savdo markasidan foydalanishda, odatda, kompaniyada paushal hadal to'lashadi – bu, bir martalik to'lov bo'lib, qaytarib berilmaydi, lekin franchayzer brendidan foydalanish huquqi uchun kafolat sifatida xizmat qiladi. Yana bir to'lov har royalti, u har oy kompaniyani aylantirishda brend qasliga to'lanadi. Franshiza olishidagi eng muhim omil – tikiladigan mablag' miqdori, chunki hoshlovchi biznesmen biznesga qancha investitsiya kiritish lozimligini har doim lam bilavermaydi. Duran shug'uda o'tulib, yuzlab dar'konlari bex tarqibli franchayzer esa, yaxshi maslahatchi bo'la o'ladi – u franchayzingni muvaffaqiyatli ishlatishdan manfaatdordir. Paushal hadal va royaltiga

keladigan darajada xarajalardan tashqari, jihozlar, reklama va xodimlar ish haqlari uchun mablag' talab etiladi.

Starbucks franchizasini olish ishgida bo'lganlar qahvaxonaning har bir kvadratiga 2-2,5 ming dollar tikishlariga to'g'ri keladi, qahvaxona umumiy maydoni esa, 75-85 m<sup>2</sup> bo'lishi lozim. Shu tariqa, Starbucksga investitsiyalarning o'zi biznesmenga 150-175 ming AQSH dollariga tengadi, bunga hali paschal badal va royalti kiritmaydi. Shuningdek, kompaniya loyha ikki yildan keyinagina foydaga kirishini va'da qiladi. Kompaniya o'z obro'sini shunchalik avaylaydiki, hatto, juda foydali buni taqdim etilganda ham, biznesmen shubha uyg'otisa yoki, tajribasi kam bo'lsa, rad javobi beriladi.

Schway - umumiy ovqatlanish restoranalari bo'yicha jahondagi yetakchi tarmoq, dunyoning 112 ta mamlakatida mavjud, kompaniya brendi ostida 44 800 ta restoran faoliyat yuritadi. Starbucksga qaraganda, Schway potentsial franchayzi uchun yumshoqroq shartlar qo'yadi. Sandwichxonalar tarmog'i bilan hamkorlik qilish uchun tajriba yoki ajoyib biznesmen obro'si talab etilmaydi.

O'zbekiston franchiza bozorida Interkontinental, Radisson, Hyatt va boshqa mashhur tashkilotlarga brendlari uchun ish o'rnatish mumkin. Yana bir qancha kiyim-kechak brendlari vakillari bor, ular orasida eng mashhurari - Adidas, Giovanni Gentile, MEXX, Tommy Hilfiger, umumiy ovqatlanish yo'nalishidagi tanilgan brendlardan rossiyalik «Shokoladnitsa» vaqinda ish boshlaydi. Bundan tashqari, franchizalarning rona'isuviy ko'rinishlari ham uchraydi, bunga «Mozgobovnyan» intellektual-kongilochar o'g'ini misol bo'ladi.

### 13.4. Franchayzning chet el tajribasi

Tojikistondagi vaziyatni o'qiyotib, o yerdan ham bizdagidek, franchiza yonilicha rivojlanmaganligini ko'ramiz. Hozirda Tojikistonda Burger King, «Ashana», MEXX, Coca-Cola va boshqalar franchizalari ishlatilmoqda. Aksariyat xorijiy yirik tarmoqlar katta investitsiya kompaniyalari tomonidan yoki davlat ko'magida oshilmoqda.

News.uj keltirilishicha, «East Star Capital Kyrgyz Republic» hosh direktori Alis Mouten shunday deydi: «Markaziy Osiyo uchun franchizalar to'plashda biz moliyaviy ixtatga ham e'tibor beramiz. Bu bozar gimnarcha franchizalar uchun euslasligini tushunamiz. Markaziy

Osiyo bozori uchun franshizalar narxi – \$15 mingdan \$2 milliongacha. Bundan tashqari, franchayzi har yili umumiy daromadining 7 foizini franchayzerga to'lab borishi kerak.

McDonald's ni birinchi olib kirish qanchaga tushadi?

McDonalds bilan shartnoma tuzgach, franchayzi 15 ta restoran qurishi, ularning tovar silyantmasi keyingi beshta yilda 1,5 mln. dollar bo'lishi, qulaversa barcha mahsulot – masalliqdan tortib tish kaylagigacha – AQSHdan keltirilishi lozim bo'ladi. Bunday shartlarga uncha-muncha tadbirkor chidash bera olmaydi. Bu esa, xosusiy shaxslar yirik loyihalarga pul tikishga qodir emashliklari yoki bundan cho'chishlarini anglatadi.

Qozog'istonda sharoit ancha yaxshi, bu mamlakatda ko'plab xalqaro franchayzing tarmoqlari mehmonxonalar, restorantlar, kiyim-kachak do'konlarining turli xillarini ko'rasiz. McDonalds Qozog'istonda 2016-yil martda ochildi, keyingi yillarda yana 15 ta ochildish rejalashtirilgan. Turmush darajasi yuqoriroq bo'lgani sababli, franchizalar Qozog'istonda o'zini qoplashi osontroq, ko'pincha kompaniyalar Markaziy Osiyo bozoriga kirishni aynan Qozog'istondan boshlaydilar (Coca Cola, Burger King, Adidas, KFC, Marriott, Intercontinental va h.k.). Bu hudud lakmas qog'ozchalar kabi: agar muhit samarali bo'lsa mamlaqatning boshqa qismlariga ham tarqalish ma'nosiz, zero Markaziy Osiyo mamlakatlari ko'p mezonlarga ko'ra o'xshashdilar.

Markaziy Osiyo franchiza haqida Shu'rolar Ittifoqi taqabulganidan keyin asar tepdi va mintaqa mamlakatlari ushbu biznes modelini endigina o'zlashtirmoqdalar. Bu mamlakatlarda franchiza tez va oson ilbiz otadi, deyish xato ho'lardi. Axir chorak asr oldin bu tushunchaning o'zi yo'q edi.

Ushbu faoliyat turi franchayzer uchun ham, franchayzi uchun ham birdek manfaat keltiradi. O'z tovar belgisini qisqarga bovar ekan, mahsulotlar sotuvidan kafolatlangan doimiy daromad olib turadi. Shu bilan birgalikda, tayyor mahsulot belgisi va brendni ommaga tanitish, reklama-marketing siyosatini olib borishda qiyinchiliklarga duch kelmaydi. Ummuman olganda, franchayzing mamlakat iqtisodiyoti uchun katta foyda keltirib, muvaffaqiyatli ish olib borish modelleri va zamonusiy texnologiyalarning tarqalishi hamda ko'payishiga xizmat qiladi. Kichik biznes uchun esa samarali o'zlashtira ma'noyiga bo'lib,

Osiyo bozori uchun franchizalar narxi \$15 mingdan \$2 milliongacha. Bundan tashqari, franchayzi har yili umumiy daromadning 7 foizini franchayzaga to'lab berishi kerak.

McDonald's ni birga olib kirish qanchaga tushadi?

McDonalds bilan shartnomaga muzgach, franchayzi 15 ta restorani qurishi, ularning tovar nylammasi keyingi hech yilda 1,5 mln. dollar bo'lishi, qalavetga barcha mahsulot – mazzaliqdan tortib rish zavlagichgacha – AQShdan kelirilishi lozim bo'ladi. Bunday shartlarga uncha-uncha qatnashib chidash hera olmaydi. Bu esa, xususiy shaxslar yirik loyihalarga pul tikishga qadimiy ommabopliklari yoki bundan chiqishlarini anglatadi.

Qozog'istonda shahar archa yuxari, bu mamlakatda ko'plab salqaro franchayzing tarmoqlari – mehmonxonalar, restoralar, kiyim-kechak do'konlarining turli xil turlari ko'rinadi. McDonalds Qozog'istonda 2016 yil martida ochildi, keyingi yillarda yana 15 ta ochish rejalashtirilgan. Turmush darajasi yuqoriroq bo'lgani sababli, franchizalar Qozog'istonda o'zini qoplashi osonroq, ko'pincha kompaniyalar Markaziy Osiyo bozoriga kirishar aynan Qozog'istonda boshlaydilar (Coca-Cola, Burger King, Adidas, KFC, Marriott, Intercontinental va h.k.). Bu haqda lakmas qo'g'ozchasi kabir agar mulir samarali bo'lsa mintaqaning boshqa qismlariga ham taqalishi mumkin, zara Markaziy Osiyo mamlakatlari ko'p aytganlarga ko'ra o'zlashdilar.

Markaziy Osiyo franchiza haqida Shartlar Trifoji tashkilidan keyin xabar topdi va munda mamlakatlari shbu biznes modelini tadqiqat o'zlashtirmadilar. Bu mamlakatlarda franchiza tax va osonlikda o'zlashtirildi. Axir chorak asr oldin bu tushunchaning o'zi yo'q edi.

Hshbu faoliyat bir franchayza uchun ham, franchayzi uchun ham badek manfaat keltiradi. O'z tovar belgisini ijraga berar ekan, mahsulotlar sohasidan kafallangan darajay daromad olib beradi. Shu bilan birgalikda, myer mahsulot belgisi va brandni ommaga tanitish, reklama-marketing xiyosini olib borishda qiyinchiliklarga duch kelmaydi. Hozirgi kunda, franchayzing mamlakat iqtisodiyoti uchun katta foyda keltirib, muvaffaqiyatli ish olib borish modelini va zamonaviy texnologiyalarning tarqalishi haqida ko'payishiga xizmat qiladi. Kichik biznes uchun esa shu haqda o'zlashtirish bo'lib,



amaliy natija beradigan tadbirkorlarning ko'payishiga, iqtisodiyotga oqimlar va ularning samaralarining jalb qilinishiga olib keladi.

O'z franshizini bozorga taqdim etar ekan, franchayzer biznes-tizimni, uning samaradorligini ko'rsatib bera olishi lozim. Shu bilan birga oshibhilar uchun o'z samaradorligini amalda ko'rsatgan, tekshirilgan va foydalanish uchun shay bulga ko'chirilgan biznes-model imkoniyatlari namoyish etiladi. O'z-o'zidan, franchayzilar bozordagi tayyor o'rni, potensial xaridorlar guruhiga ham ega bo'ladi.

Franchayzer harakatiga biznes-shaklni taqdim etar ekan, nafaqat mexanizmining o'zini, balki undan samarali foydalanish qoidalarini ham taqdim etadi. Shuningdek, u o'z hamkorlarini biznesni canday qilib yuritishi, uning hozik jihadlarini ham o'rgatadi. Keng ba'la, xodimlarning malakasini oshirishga ko'maklashadi.

Franchayzingning yana bir afzal jihati shundaki, u oqali oqaruvchilik, ya'ni, savdo belgisidan noqonuniy foydalanish, soxta mahsulotlarni ishlab chiqarishga qarshi samarali kurash olib harish mumkin. Chunki franchayzi franchayzer oyoqni yetmaydigan hududlarda faoliyat ko'rsatib, uning savdo belgisi hamda tijoriy mazallarini himoyalaydi.

O'zgalar tomonidan ishlab chiqilgan va oyoqqa turg'uzilgan faoliyat sohasida tadbirkorlik bilan shug'ullanish muayyan tartib-qoidalar va shakllarga riya qilish zarurini ham keltirib chiqaradi. Jaraga oluvchi shaxs ko'p hollarda franchayzer tomonidan belgilangan yetkazib beruvchilardan xomashyo va mahsulotlarni sotib olishga majbur bo'lib qoladi. Natijada erkin bozorga chiqish, o'zi istagan narxda xomashyo va mahsulotlarni sotib olish imkoniyatidan mahrum bo'ladi.

Franchayzingning eng keng tarqalgan ko'rinishlaridan biri, franchayzer tomonidan patentlangan tayyor mahsulotlar ishlab chiqaruvchi texnologiya jarahatiga taqdim etiladi. Asosiy shart esa franchayzer uni xomashyoni ta'minlaydi va ishlab chiqarish jarayoni ushundan nazorat o'tkazadi. Bunday ushlab asosan hududlardagi olkognitsiz salqin chekliliklar ishlab chiqarish sohasida keng tarqalgan. Mahalliy franchayzilar noosiy kompaniya bilan sheriklikda unga tegishli bo'lgan brend ostida mahsulot ishlab chiqarib fayda ko'raveradi.

Franchayzing xizmat ko'rsatish sohasida ham keng tarqalgan. Bunda franchayzi realnima loadi natim ma'lum miqdorda qo'limcha ma'lag' talab tarishiga teg'ri keladi. Ayniqsa, tez tayyor bo'luvchi

nomlar savdosi bilan shug'ullanadigan kichik kafe-klar tarmog'ida franchayzing keng tarqalgan bo'lib, ular asosiy kompaniya qo'ygan umumiy talablar asosida faoliyat ko'rsatadi. Bu shartlar qatorida ishchi-xodimlarning bir xil Ehosda bo'lishi, kafa dizayni, ranglarning o'xshashligi, taomlarni tayyorlash texnologiyasidagi umumiyliklarni saqlab o'tish mumkin.

#### Asosiy atamalar va tushunchalar

Maliyaviy tashabboqlar. Ziarat. Davlat maqsadli jamg'armalari. Haqqqubuzarlik. Mansabdor shaxs. Ma'muriy javobgarlik. Sarafsiya. Daznavo. Kreditlar. Aktivlar. Passivlar. Kapital. Oborot kapitali. Instansiya. Penya. Sanksiya. Inflyatsiya. Qiymat. Kompensatsiya. Kooperatsiya. Franchayzing. Savdo markasi. Parashal hadali. Royalti. Foyshiza. Biznesnoma. Brevet. Patent.

#### Mavzu bo'yicha savollar:

1. O'zbekiston Respublikasi Birlamchi Prezidenti rahmonidan (24-iyun 2005-yilda) qabul qilingan «Tadbiqkorlik subyektlarining xo'jalik sohasidagi xaqqubuzarliklarni o'chirish maliyaviy javobgarligini ekinlathirish to'g'risida» Farmonida qanday tartib tamoyillar belgilash qo'yildi?

2. Tadbiqkorlik korxonalari barikrat bo'lish imkonini baholashda qaysi ko'rsatkichlar nisbatini tahlil qilish zarur?

3. Farda «Sarafsiya» atamasi qaysi til so'zidan olingan va ma'nosi qanday?

4. Barikrat ifodasini yoritib bering.

5. Kreditlar deganda nima tushuniladi?

6. Aktivlar va passivlar ma'nosini anglatuvchilar nimalardan iborat?

7. Kapital atamasiga nisbatan nimalarni ayirish mumkin?

8. Penya deganda nimanani tushinatisiz?

9. Majburiy to'lovlar tuzatmagan nimalar kiritilgan?

10. Sanksiya mazmunini yoritib bering.

11. Bazar iqtisodiyati sharoitida inflyatsiya jarayoni doim sodir bo'luvchi hodisa ekanligini nazarda turgan holda, aytimgah, bunga sabab va omillari sifatida nimalar bo'lishi mumkin?

12. Qiymat yoritilish jarayoni tushunchalarini so'zlab bering.

13. Kompensatsiya nimanani anglatadi?

14. Kooperatsiya shartlari – bu ... jumlati to'ldiring.
15. Franchizingning asosiy qanday mazmuniga ega?
16. Patentli badii to'g'risida axburo. bering.
17. Royalti bo'yicha tushunchangizni keltirib o'lingiz.
18. Franchise deganda nima anglatilishi lozim?
19. Savdo markasidan foydalanishi/franchizingda qanday talab va shartlar mavjud?
20. Franchizing orqali nimga qarshi samarali kurash olib borish mumkin?

## 14-BOB. TAVAKKALCHILIK TUSHUNCHASI, UNI BAHOLASH VA BOSHQARISH USULLARI

14.1. Tavakkalchilik tushunchasi va undagi sug'urta bilan bog'liq va bog'liq bo'lmagan xavflar.

14.2. Tavakkalchilik turlari va uni baholash.

14.3. Tavakkalchilikni baholash usullari.

### 14.1. Tavakkalchilik tushunchasi va undagi xavflar

O'zbek tilining izohli lug'atida tavakkal tushunchasi: uzoq muddatga qilib o'tirilmay, nima bo'lsa bo'lsin, oyo ustidasa yo ustidano zaylida qilingan barakat ma'nosida talqin qilinadi.

Tavakkalchilik tushunchasi esa tavakkaliga, tavakkal tashunchasi va tavakkaliga, tavakkal bilan ish qiluvchi ma'nosini beradi.

Amerikalik ishbitirmonlarga xos bo'lgan tavakkalchilikni Amerika iqtisodiyoti o'chqirib chiqarilgan ma'noyida olib kelganlar va shogirdingalar. Ular o'troq va chirokdan yashayotgan aholini o'z ishbitirmonlik faoliyatida tavakkalchilik bilan olib yurishga majbur etishgan.

Yana o'zbek tilining izohli lug'atiga murojaat qilamiz. Unda bu ifodalar quyidagicha talqin qilingan:

**Xavf** - biror ko'ngilsiz hodisa yoki falokat yuz berishi ehtimolligi; xatar, qo'rqinch.

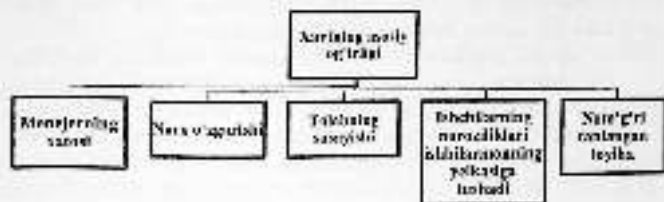
**Xatar** - biron xavfsizlikka, falokarga olib kelishi mumkin bo'lgan sharoit; xavf, tahlika.

**Xavf - xatir** - xavf va xatar, biror narsadan qo'rqish.

Ko'rib turibmizki, xavf tushunchasi ehtimollik bilan bog'lanayotgan bo'lsa, xatar iborasida esa asosiy og'ir sharoitga, vaziyatga beqiyoslik. Ushunchasida bir ikkala tushuncha bir xil ma'nodan talqin qilinmaydi.

Tavakkalchilikda xavfning asosiy og'irligi.

Amerikacha ta'rifga ko'ra, tavakkalchilik - bu biron ish bilan shug'ullanish oqibatida zarar ko'rib qolishdan qutulib qolish imkoniyati. Albatta, buni xavflarni sug'urta kompaniyalari bilan samarali usul orqali o'ldirish mumkin. Biroq xavfning asosiy og'irligi sifatida quyidagilar nazarda tutiladi, ya'ni (14.1-shizman):



14.1-chizma. Xavfning asosiy oqirlari

Ammo aytaman, xorij tajribasi ishchilarning tavsakkalchiliksiz taunkan emashiridan qiyovhlik boradi. Kunki, hech bir tavakkal qilmasa, oxir oqibatda xo'navayron bo'ladi.

Tavakkalchilik foydadan mahrum bo'lish va boshqa shaharlarga ko'm zarf ko'riak, sangan yomon oqibatlar ru'y borish shifoli bilan fodaladi. Shu ma'noia:

Tavakkalchilik – bu oqibatning yovshi bo'lishiga umid bog'lab, xavf olintirilligini zimmasiga olgan holda cilinadigan harakat.

Tavakkalchilik – bu resurs yoki daromaddan to'la yoki qisman yo'qotish xavfi.

Tavakkalchilik – noaniqlik sharoitida har qanday dovyurak menejer uchun tabiiy holat, vaziyat. Tavakkal hoximning ishi.

Tavakkalchilik – bu omadsiz oqibatning miqoriy bahalanishi.

Borir iqtisodiyot sharoitida muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun korxon, boshqaruvchilari samarali boshqaruv uslublarini bilishlari, tavakkalchilik chegaralarini saqlay olishlari, mavjud variantlarda eng maqbulini tanlay olishlari kerak. Bu esa ularning ishchilarning qobiliyati bilan belgilanadi va har bir boshqaruvchidan ma'lum darajada bilim va malaka talab qiladi. Hozirgi kunda qishloq xo'jaligi tarmog'ida xususiylashdirish jarayoni nihoyasiga yetkazilib, minglab xususiy tadbirkorlik subyektlari, ya'ni fermer va dehqon xo'jaliklari, shirkatlar va boshqa biznes tuzilmalari vujudga kelmoqda. Biznes va tadbirkorlik faoliyati esa maqam ravishda tavakkalchilik (risk) elementlari bilan bog'liq faoliyatdir.

**Tadbirkorlik** – foyda olish maqsadida o'z mol-mulkini tadbirkorlik asosida biznesga tikish jarayoni ekanligi tufayli, bunday faoliyat doimiy ravishda ma'lum bir xatarlar bilan bog'liq bo'ladi.

Ma'mulakatimiz va xorijda to'plangan tajribalar tadbirkorlik faoliyatini tadbirkorliksiz amalga oshirish bo'lanishini ko'rsatmoqda.

**Tavakkalchilik** – kelgusidagi vaziyat nomuq sharoitda pirovard natija yaxshi bo'lishiga umid bog'lab, mol-mulk yoki foydadan ma'lum bo'lish (to'liq yoki qisman) xavfini o'z bo'yiga olib qilinadigan tadbirkorlik faoliyatidir.

**Tavakkalchilikda sug'urta bilan bog'liq bo'lgan va bog'liq bo'lmagan xavflar.**

**Sug'urta bilan bog'liq bo'lmagan xavf turlari:**

1. Menajerlar xatosi.
2. Tijoratlikdagi xavf.
3. Resurslarni noto'g'ri taqsimlanish xavfi.
4. Iqtisodiy beqarorlik va talabning o'zgarishi.
5. Raqobatchilarning harakati.
6. Moliyaviy xavf.
7. Narx, talab, daromadlar darajasining o'zgarishi xavfi.
8. Kutilmagan iqtisodiy va tabiiy falokatlar, ekologiya o'farlari xavfi.
9. Loyihani tashlashda xato qilish xavfi.
10. Ma'lum biznes uchun og'ir oqibatlar keltirib chiqaradigan siyosiy voqealar.
11. Moliy va mullatlariga ko'tarilish xavfi.
12. Hukumatning kutilmagan qararlari (qonunlardagi, narx va soliqlardagi o'zgarishlar).
13. Xududlar noroziligi.
14. Firma boyligi nuqtayi nazaridan ancha ulkan bo'lmagan mol-mulkning nobud bo'lish xavfi.
15. Ko'p sonli, bir to'pl mol-mulkning nobud bo'lishi xavfi.

**Sug'urta** – bu kassoa faoliyatining turli sohalarida sodir bo'ladigan tabiiy ofatlar, foydaletda hodisa va boshqa voqealar natijasida yetkazilgan zarar hamda talofatlarning jamiyati va yuridik shaxslar to'lagan sug'urta bedallari (sug'urta polidani hosil qilindigan pul fondlari hisobidan to'liq va qisman qoplash bilan jismoniy va yuridik

shaxslar manfaatlari sug'urtalanishini ta'minlashga doir munosabatlari, demakdir.

**Sug'urta qilib qo'yish maqbul bo'lgan xavflar:**

1. Yon'g'in va hushga tabiiy ofatlar.
2. Avtomobil halokatlari.
3. Yuzning kasallishida buzilishi yoki no'lmis hol'ish xavfi.
4. Firma badiimlari ehtiyotsizligi.
5. Firmaga badiimlar natijaligi bois yetkaziladigan moddiy va ma'naviy zarar.
6. Butun loyihauning bajarilishiga javohgar bo'lgan badiimlarlan biri yoki bir guralning o'z vazifalarini bajarishligiga aloqador xavf.
7. Ko'rkonnatq turli sabablarga ko'ra) ish faolligini vaqtincha to'xtatish.
8. Firma rahbari, yuzakam xodim yoki boshqa firmaning mavallaqiyarining uning faoliyat ko'rsatishi bilan bog'liq bo'lgan muraxhasining o'limi yoki kasalligidan yuzaga keladigan xavf.
9. Xodimning o'limi, kasal ho'lib qolishi yoki baxtsiz hodisega uchrashi bilan bog'liq xavf.

#### 14.2. Tavakkalchilik turlari va uning boshqarish

Amaliyotda rahbar yoki ta'birake o'z faoliyatida:

- mol-mulk islatilishiga;
- moliyaviy yo'qotishlarga;
- daromadlarning samiyishiga;
- foyda darajasini aniqlashdagi xato'liklarga

yo'l qo'ymaslik va shu jihatlarni yaxshilash maqsadida turli-tumani tavakkalchilikka boradilar.

Shunday sharoitda qaysi bir turdagi tavakkalchilikni turlash, qaysi biri ko'proq samara berishi ma'mkinligini aniqlash ko'p jihatdan tavakkalchilik turlarining ilmiy asoslangan tavsiflanishini bilishni talab etadi. Shunday tavsiflanish quyidagi ko'rinishga ega.

Sof tavakkalchilik salbiy (zarar, ziyon) yoki nol natijaga o'tishish ehtimolini bildiradi. Shunday turdagi tavakkalchilikka tabiiyat, ekologiya, siyosat, transport va qisman tijorat bilan bog'liq tavakkalchiliklar kiradi.

**Chayqovchilik (сберечь)** tavakkalchilik ham xalifiy (zarar ziyou), ham tabiiy natija (yetiq, foyda)ga erishish ehtimolini bildiradi. Bu turlagi tavakkalchilikka molliya bilan bog'liq bo'lgan ikki turlagi, ya'ni investitsiya va pulning sotib olish qobiliyati bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchiliklar kiradi.

**Tubiyat bilan bog'liq tavakkalchilik** natija tabiiy ofatlar oqibatida ehtimol (tavakkal) qilinadigan zararlar kirasdi, masalan, yer qimirlashi, suv toshqini, daval, epidemiya va boshqalar tufayli keltirilgan zarar darajasi.

**Ekologiya bilan bog'liq tavakkalchilik** - bu atrof muhitni ifloslanishi oqibatida ehtimol (tavakkal) qilinadigan zarar yoki qo'shimcha xarajati.

**Siyosat bilan bog'liq tavakkalchilik** - bu siyosat beqarorlik oqibatida ehtimol qilinadigan moddiy (moliyaviy) zararlar. Bu tavakkalchilik kertonat faoliyatiga etmas bala imkonlikdagi ma'sal siyosiy qarorlovchilikka bog'liq.

**Transport bilan bog'liq tavakkalchilik** - bu avtomobil, temir yo'l, dengiz, havo transportlarida yuklarni tashish jarayonida ehtimol (tavakkal) qilinadigan zararlar.

**Tijorat bilan bog'liq tavakkalchilik** - bu xo'jalik subyektlarining ta'dbirkorlik faoliyati oqibatida ehtimol (tavakkal) qilinadigan zararlaridir. Bunday turlagi tavakkalchilik o'z navbatida ishlab chiqarish, savdo va qisqan molliya bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchiliklarga bo'lmadi.

**Ishlab chiqarish bilan bog'liq tavakkalchilik** - bu ishlab chiqarish jarayonining to'xtab qolishi yoki bir razordada ishlayotganlar, texnologiyaning huzurlishi, sifatli xom ashyo oqibati yoki xodimlarning sifatli ishlab chiqarish ovoziga ehtimol (tavakkal) qilinadigan zarar yoki qo'shimcha xarajatlardir.

**Savdo bilan bog'liq tavakkalchilik** - bu o'zaro to'lovlarning kechiktirilishi, shartnoma shartlarining bajarilmasligi oqibatida ehtimol (tavakkal) qilinadigan zarar yoki olinmagan daromad.

**Molliya bilan bog'liq tavakkalchilik** - bu ehtimol qilinadigan moliyaviy zararlar bo'lib, u o'z navbatida investitsiya va pulning sotib olish qobiliyati bilan bog'liq bo'lgan, oxirgi o'sha o'z navbatida:

\* inflyatsiya va

\* valyuta bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchilik turlariga bo'lmadi.



**Inflyatsiya bilan bog'liq tavakkalchilik** – bu olingan daromadlarning qadri yuqori inflyatsiya oqibatida tezroq qadrsizlanishini bildiradi.

**Valuta bilan bog'liq tavakkalchilik** – bu chet el valutası kursining o'zgarishi oqibatida ko'riladigan katta zararnı bildiradi. Bu tavakkalchilik eksport-uyport operatsiyalarini, shuningdek, valuta operatsiyalarini baholashida o'ta zararli.

**Tizimli tavakkalchilik** – bu, u yoki bu bozorda konyunkturaning yumsholishi yoki tushib ketishi oqibatida ehtimol qilinadigan zarar. Bu tavakkalchilik investitsiyani aniq bir obyektga emas, balki muayyan hazor (masalan, valuta bozori, qo'zg'almas mulk bozori va boshqalar) uchun berilgan qo'yilgan mablag' bo'yicha tavakkalchilikni ifodalaydi.

**Selectiv tavakkalchilik** – bu u yoki bu bozorda obyektnı ustog'ri tanlab olishi oqibatida ko'riladigan tavakkal zarar yoki boy berilgan asf.

**Kredit tavakkalchiligi** – bu qarzi olgan tomonning o'z majburiyatlarini to'lay olinmasligi xavfi.

**Regional tavakkalchilik** – muayyan regionlarning iqtisodiy holati bilan bog'langan bo'ladi.

**Tarmonq bilan bog'liq tavakkalchilik** – ayrim tarmonq iqtisodiyoti bilan bog'liq bo'lib, u ilkira omil ta'siri ostida bo'lada:

- tarmonqdagi davriy beqarorlikka,
- tarmonq ishlab chiqarishining hayriy bosqichlariga.

**Karvona tavakkalchiligi** – investitsiya obyekti bo'lgan aniq korxonada faoliyati bilan bog'liq.

**Investitsiya tavakkalchiligi** deganda yangi tovar yoki xizmat, yangi texnologiyani ishlab chiqish va joriy qilish uchun sarflangan xarajatlarning qoplanmasligi oqibatida ko'riladigan tavakkal zarar tushuniladi.

Demak, tadbirkorlik subyekti faoliyati bilan bog'liq tavakkalchilik turlarini mehiyati va kelib chiqish xususiyatlariga ko'ra quyidagicha turlashtirish mumkin:

1. Tabiiy tarayotlar bilan bog'liq tavakkalchilik
2. Ishlab chiqarish faoliyatiga oid tavakkalchilik.
3. Mahsulotlarnı tashish va saqlash jarayoni bilan bog'liq tavakkalchilik.
4. Tijorat faoliyatiga oid tavakkalchilik.
5. Moliyaviy faoliyatga oid tavakkalchilik.

## 6. Siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy xarakterdagi tavakkalchilik.

Tavakkalchilikni tug'diradigan xavf turlari xilma-xil bo'lib, ularning bir-zi bidadan korxonaning o'z faoliyatini natijasida yuzaga kelsa, ikkinchi bidadan unga bog'liq bo'lmagan tashqi omillar ta'sirida yuzaga keladi.

Tavakkalchilikni boshqarish tizimi. Har qanday xo'jalik korxonasi tavakkalchilik bilan bog'liq faoliyat olib bormoqda, doimiy ravishda tavakkalchilik turlarini aniqlaydi, ma'qul bo'lgan tavakkalchilik chegarasini belgilaydi hamda uning keskin oqibatlaridan o'zini himoyalash yo'llarini qidiradi.

Tavakkalchilikdagi xavf darajasini aniqlash, uning oldini olish yo'llarini izlab topish va uning oqibatida yuz berishi mumkin bo'lgan zararlarni pasaytirish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirishga oid faoliyat tavakkalchilikni boshqarish tizimi deb ataladi.

Tadbiqkorning tavakkalchilikni boshqarish doirasidagi faoliyati o'z korxonasini uning daromadligiga tahdid soluvchi tavakkalchiliklar ta'siridan himoya qilishga yo'naltirilgan.

Yuqorida ta'kidlaganimizdek, siyosiyat hollarda iqtisodiy baholashlar va boshqaruv qarorlari ko'p yariqarli bo'lib ehtimollik xarakteriga ega. Shu sababli xato va yanglishishlar bu jarayonda tabiiy bo'lganda, haribir noxush haldir. Shunday sharoitda tavsiyat:

- \* tavakkalchilikdagi xavf ehtimolini;
- \* u xavf darajasini pasaytirish choralarni;
- \* ehtimol qilinayotgan zararni qoplash yo'llarini oldindan hisob-kitobi qilishni lozim.

Tavakkalchilikni boshqarishning mohiyati ham ana shunda.

Tavakkalchilikni boshqarishdan maqsad — bu korxonani faqat bankrotlikdan saqlab qolish emas, balki qanday sharoitda bo'lsa ham foydani minimal darajadan past bo'lishiga yo'l qo'yilmastir.

Tavakkalchilikning maqsadga muvofiqligi baho berish uchun eng avval ehtimol qilinayotgan xavf darajasiga qarab tavakkalchilikning tuzilish zonalarini ajratib olish zarur.

Zarur kutilmaydigan, ya'ni xo'jalik faoliyatining natijasi ijobiy bo'lgan zona xavfsiz zona deb ataladi.

Yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan xavf zonalari deganda ehtimol (tavakkal) qilinayotgan zarar kutiladigan, foydadan ko'p bo'lmagan

zona tashvirladi. Shunda tadbirkorlar faoliyati iqtisodiy oqchayi nazariya maqsadga muvofiq deb yuritiladi. Yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan xavfzonasining chegarasi quyidagicha ko'rinishida bo'ladi:

Zarar darajasi ko'lam	=	Hisoblangan foyda darajasi, ko'lam
--------------------------	---	---------------------------------------

Jiddiy (kashin) xavf zonasi deganda ehtimol (tavakkal) qilinayotgan zarar nafaqat kutiladigan foyda, shuningdek, hisoblangan naqd pul daromadidan ham ko'p bo'lgan zona tashvirladi, ya'ni jiddiy xavf zonasining chegarasi quyidagicha bo'ladi. Boshqacha qilib aytganda, bu yerda tadbirkor nafaqat hech qanday foyda olinishi, shuningdek, barcha ishlab chiqarish xarajalari miqdorida to'g'ridan to'g'ri zarar ko'rishiga taavakkal eilindi.

Poijiali xavf zonasi deganda ehtimol (tavakkal) qilinayotgan zarar-ning jiddiy xavf zonasi o'z darajaga tortib, undan oshib korxonaning xususiy kapitaliga tug bo'lgan zona tashvirladi. Bunday tavakkalchilik oqibati korxonaning yoki tadbirkorning bekorlikka va yemirilishiga olib keladi. Poijiali xavf tadbirkor hayoti, uni sog'lig'iga xavf tug'dirishi mumkin.

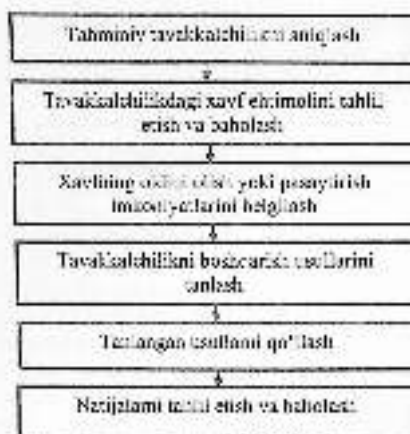
### 14.3. Tavakkalchilikni baholash usullari

Tavakkalchilikni baholash jamiyoni tavakkalchilik boshqaruvida unim o'rin egallaydi. Tavakkalchilik boshqaruvida tavakkalchilikka berilgan beho asosida korxon o'z biznes faoliyati amardordligini asirish mumkin (14.2 chiizma).

**Tavakkalchilikni baholash** tavakkalchilik darajasini miqdoriy yoki sifat o'lchovlari bilan aniqlashdir.

Ilmiy adabiyotlarda tadbirkorlik tavakkalchiliklarni baholashning 4 usul keltiriladi:

1. Statistika usuli.
2. Ekspert usul.
3. Aamlik usul.
4. Kombinatsiyalashtirilgan usul.



14.2-ehzma. Tavakkalchilikni boshqarish jarayoni

**Statistika usulida** korxon va tarmoqdagi boshqa tarmoq korxonaning bir necha yillik faoliyati davomida yuz bergan tavakkalchilik hodisalari haqida ulm natijasida ko'rilgan zararlar darajasi o'rganib chiqiladi.

**Ekspert usulida** ish tajribasi yuqori va mazkur sohada eksperti hisoblangan yuqori malakali mutaxassislarning fikrlari, aniq hisob-kitoblari va tavsiyalari e'tiborga olinadi.

**Analitik usulda** iqtisodiy-matematik usullar, vaziyatli ish a'yinlari va ehtimollik nazariyasidagi modellar yordamida tavakkalchilik darajasiga haho beriladi.

**Kombinatsiyalashtirilgan usul** yuqorida ko'rilgan barcha usullarni yoki ulardan bir nechtasini qo'llash orqali amalga oshiriladi.

O'z faoliyati uchun mu'qol bo'lgan tavakkalchilik darajasi, o'zida bo'yada, aktivlar va xususiy kapital qiymati, pul oqimlari miqdori, to'lovga qobuliyat darajasi, sof foyda va rentabellik kabi ko'rsatkichlar bilan aniqlanadi.

Tavakkalchilikning yo'q qo'yilishi mumkin bo'lgan, jiddiy zarar tug'diradigan va o'ta xavfli darajalari mavjud bo'ladi.

Yeni qo'yilishi mumkin bo'lgan tavsakkalchilik darjasiida ko'rilgan zararlar miqdori korxonaning haqiqatida erishgan sof foydasi miqdoridan oshib ketmagani ma'qul.

#### Asosiy atamalar va tushunchalar

Tavakkal, Tavakkalchilik, Xavf, Xatar, Samarali boshqaruv ushblari, Tavakkalchilik (risk) elementi, Biznes, Tadbirkorlik, Sug'arta, Tijoratchiilik, Iqtisodiy beqarorlik, Tashqi, Moddiy va ma'naviy zarar, Yatsakchi hodisa, Sof tavsakkalchilik, Chiqqovechilik (emeryerita) tavsakkalchilik, Tabiiy ofatlar, Lalfatsiya bilan hog'liq tavsakkalchilik, Selektiv tavsakkalchilik, Tavsakkalchilikni boshqarish, Tavsakkalchilikni boshqarish tizimi, Bankrotlik, Hisab-kitob, Xavf zoni, Fojiali xavf zoni, Tavsakkalchilikni baholash, Statistika usuli, Ekspert, Ehtimollar nazariyasi, Tavakkalchilik darjasi,

#### Mavzu bo'yicha savollar

1. O'zbek tilining izohli lug'atida tavsakkalchilik tushunchasi qanday talqin qilinadi?
2. Xavf ma'nosini yoritish haqida.
3. Xatar deganda nimalar tushunilishi mumkin?
4. Xavf va xatar iboralari orasida qanaqa farq mavjud?
5. Bozor iqtisodiyoti sharoitida muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun korxonalar boshqaruvchilari nimani bilishlari, tushay olishlari, talay olishlari kerak?
6. Sug'arta - bu ... jamlani davom ettiring.
7. Sug'arta bilan hog'liq bo'lmagan xavf turlari qanday?
8. Menajerlar xatosi deganda nimani tushunishimiz lozim?
9. Iqtisodiy beqarorlik nazariyasi qanaqa so'zlar bilan ifodalash mumkin?
10. Kutilmagan iqtisodiy, siyosiy va tabiiy falokatlar, Milliy va xalqaro darajada ko'tarilish, ekologiya afollari hamda hukumatning kutilmagan qarorlari (qonunlardagi, nafa va soliqlardagi o'zgarishlari) xavf qanday vaziat deyiladi?
11. Bozor iqtisodiyoti sharoitida lalfatsiya jarayoni doim sodir bo'luvchi hodisa ekanligini nazarda tutgan holda, aytadigchi, hanga sabab va natijalar sifatida nimalar bo'lishi mumkin?
12. Moddiy va ma'naviy zarar bo'yicha tushuncha haqida.

13. Sug'una qilib qo'yish maqbul bo'lgan xavflar qatoriga ulanalar  
kimi?

14. Yerni xodim – bu ... jumlarini tushirib.

15. Sof tavsakkalchilik nima? qanday mazmunni anglatadi?

16. Chayqovchilik (erokynarim) tavsakkalchilik to'g'risida axborot  
bering.

17. Tabiat bilan bog'liq tavsakkalchilik turi bo'yicha tushunchangizni  
keltirib o'tsangiz.

18. Ijtimoiy bilan bog'liq tavsakkalchilik deganda nima anglatiladi?

19. Investitsiya tavsakkalchiligi deganimizda, gap qanday zotlar  
to'g'risida ketadi?

20. Selektiv tavsakkalchilik – bu nima? qanday holatda ko'riladigan  
tavsakkal zotlar yoki hayvonlar?

21. Tavsakkalchilikni boshqarishdagi maqsad nima bo'lishi  
mumkin?

22. Nima uchun yanqatirilgan faoliyat tavsakkalchilikni boshqarish tizimi  
deyiladi?

23. Yo'l qo'yilishi mumkin bo'lsa xavf zonasini deganda nima  
tushuniladi?

24. Fojiali xavf zonasini deb qanday zotlarga aytish mumkin?

25. Tavsakkalchilikni baholashni ta'riflab bering.

26. Statistika usuli yordamida nima o'rganib chiqilishi nazarda  
tutilgan?

27. Ijtimoiy adabiyotlarda tavsakkalchilik tavsakkalchiliklarini  
baholashning odatiy usuli keltiriladi va ular qanday usullar?

28. Tavsakkalchilik darajasi deganda nima nazarda tutilgan kerak?

## 15-BOB. XALQARO TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA INVESTITSİYALARNING TUTGAN O'RNI VA AHAMIYATI

15.1. Investitsiyalarning nazariy asoslari: mazmun-mohiyat, vazifasi va turlari.

15.2. Davlat investitsiya siyosati va uning rivojlanishi.

15.3. Investitsiya manbalari va ularni foydalanishining asosiy yo'nalishlari.

15.4. Investitsiya faoliyatini amalga oshirish va mo'ljallangan obyektlarga ko'ra investitsiyalarning turlari.

### 15.1. Investitsiyalarning nazariy asoslari: mazmun-mohiyati, vazifasi va turlari

Mamlakatimiz iqtisodiy barqarorligi ahishi va kelajak rivojlanishi uchun investitsiya muhim paydoor sifatida qaralishi kerak. Bu borada O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyev 2020-yil 24-yanvar kuni Oliy Majlisga murojaatnomasida ta'kidlaganidek, «... iqtisodiyotni yuqori sur'alar bilan rivojlantirish uchun frol investitsiya siyosatini izohli davom ettirish asos investitsiya jalb etilishning samarali vositalaridan biri bo'lgan davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini transport, energetika, yo'l, kommunal, tibbiyot, bilim kabi sohalarga keng tatbiq etish kerak. ... faktoriyalarimizga jiddiy to'laqinlik qilayotgan o'zgarishlar iqtisodiyotga harqam berilmas ekan, og'irlik naqabat ham, qulay investitsiya muhiti ham shakllanmaydi.<sup>1</sup> Bunga ko'ra, iqtisodiyotni rivojlantirish uchun jalb investitsiya siyosatini izohli davom ettirish, keng miqyosda davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini tatbiq etishni jadallashirish va o'zgarishlar iqtisodiyotga harqam berilish yechimida aniq va to'liq choralar ko'rilishi kerak. Madonka investitsiyalar har qanday iqtisodiyotni himmatga kelinuvchi va uning taraqqiyotini ta'minlovchi kuch ekan, uning nazariy va me'yoriy-huquqiy asoslarini rivojlantirish yo'nalishlarini o'rganib borishimiz, pirovardida, iqtisodiyotimizning investitsiya jabbadodligi yanada oshirilishini lozim.

<sup>1</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnoma. (2020. 21.01) <https://prezident.uz/uz/fole/view/3324>

mazmuni qilish huquqini beradi. Investitsiyani ushbu turdagi transkontinental (boshqa qit'a - kontinentga sarmoya kiritish), kapital qo'yilmalari hamda transmilliy (qo'shni davlatlarga kapital chiqarish sifatida amalga oshiriladi) kapital qo'yilmalar sifatida namoyan bo'ladi.

*Portfel investitsiyalar* litsenziya va franchayzing kelishuvlari, marketing xizmati haqidagi kontratlar asosida tashkil qilinsa, korxonalarini boshqarish huquqini beradi.

8. Amal qilish muddati bo'yicha - qisqa va uzoq muddatli investitsiyalar mavjud.

9. Kelib chiqish hududi bo'yicha - milliy va xorijiy investitsiyalar.

10. Tavakkalchilik darajasi bo'yicha - tavakkalchiligi past, ishonchli va tavakkalchiligi yuqori, spekulyativ investitsiyalar.

*Investitsiya loyihasi* kapitalni korxonaning ishlab chiqarish quvvati va boshqa sifat ko'rsatkichlarini kengaytirish maqsadida rivojlantirish va kengaytirishga kiritishni rejalashtirish va amalga oshirish bo'yicha chora-tadbirlar majmasidir. Investitsiya loyihasini tayyorlash va amalga oshirish quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- investitsiyaviy g'oyalarni (lik)ni shakllantirish;
- g'oyalarning dastlabki asoslanishi;
- loyihada ko'zda tutilgan texnik qarorning tahlili;
- sertifikat talablarining bajarilishini tekshirish;
- investitsiya loyihasi bo'yicha davlat boshqaruv idoralari bilan kelishuv yuzaga keltirish;
- asbort memorandumni tayyorlash.

Investitsiyalar - asosiy va aylanma kapitalni qayta tiklash va ko'paytirishga, ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirishga qilingan sarflarning pul shaklidagi ko'rinishi. U pul mablag'lari, bank kreditlari, aksiya va boshqa qimmatli qog'ozlar ko'rinishida amalga oshiriladi. Pul mablag'lari ko'rinishidagi investitsiya *nominal investitsiya* deyiladi.

*Real investitsiyalar* haqiqiy sarmoyalar to'g'ridan-to'g'ri kompaniyaning haqiqiy aktivlarini yaratish, kengaytirish yoki saqlashga sarmoya kiritishni saqlaydi. Bunday sarmoyalar ham moddiy, ham nomoddiy bo'lishi mumkin.



### 15.3. Investitsiya subusida davlat siyosati va uning rivojlanishi

Prezidentimiz Sh. M. Mirziyoyev ta'kidlaganidek: «...jahan tajribasi shuni ko'rsatadiki, qaysi davlat faol investitsiya siyosatini yuritgan bo'lsa, o'z iqtisodiyotining barqaror o'sishiga erishgan. Shu sababli ham investitsiya – bu iqtisodiyot drayveri, o'zbekcha aytganda, iqtisodiyotning yuqori desak, maholag'a bo'lmaydi. Investitsiya bilan birga turli soha va tarmoqlarga, hududlarga yangi texnologiyalar, ilg'or tajribalar, yuksak amaliyotli mutaxassislar kiritiladi, rahbarlik jadal rivojlanadi.»<sup>1</sup>

Muhimlarimizda investitsiya sohasida davlat siyosati, ayvambor, maxfiy qonunchiliklar, Hukumatimizning farmoni-qarorlari to'rtida shakllantiriladi va amalga oshiriladi. Xususan, Qo'riqchilik palatasi tomonidan 2019-yil 9-dekabrda qabul qilingan, Senat tomonidan 2019-yil 14-dekabrda ma'qullangan, O'zbekiston Respublikasining «Investitsiyalar va investitsiya faoliyati to'g'risidagi 2019-yil 25-dekabr O'RIQ-598-sonli Qonuni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasini «Tadqiqot investitsiyalar va ijtimoiy rivojlanish yilida amalga oshirishga oid Davlat dasturi to'g'risidagi 2019-yil 17-yanvar PQ-5635-sonli Farmoni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «O'zbekiston Respublikasida investitsiya muhitini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi 2018-yil 1-avgust PQ-5495-sonli Farmoni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Qit'aviy tadbirkorlikni rivojlantirish davlat dasturlari doirasida amalga oshirilayotgan loyihalarni kreditlash usulini takomillashtirishning chora-tadbirlari to'g'risidagi 2018-yil 24-oktabr PQ-4498-sonli Qaruri va boshcalari.

Shu o'rinda ta'kidlab o'tish joiz bo'ladiki, ushbu qonunning maqsadi davlat elak hamda mahalliy investorlar tomonidan amalga oshiriladigan investitsiyalar va investitsiya faoliyati sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat, ammo lekin unifikatsiyalangan investitsiya bilan bog'liq munosabatlarni tartibga solmaydi. Shu bilan birga kontressiya faoliyati, mahsulot taqsimotiga oid birinlar jumha, ulami

<sup>1</sup> Prezidentimiz Sh. M. Mirziyoyevning «Investitsiya» Qadimiylik va Qonunchilik tomonidan tuzilgan investitsiya sohasidagi amaliyotlar to'g'risidagi ma'ruza (2019-yil 14-dekabr).

hajarish va boker qilish, investitsiya, gay va vencher fondlari, kapital bazasini, shu jumladan qimmatli qog'ozlar bilan bog'liq operatsiyalarni tartibga solish, davlat xususiy sheriklik, maxsus iqtisodiy zonalar solisidagi huquqiy munosabalar alohida qonunlar bilan tartibga solinadi.

Davlat investitsiya siyosati — bu iqtisodiyotning ustovor tarmoqlarini rivojlantirish, qo'llab-quvvatlash, markazlashgan investitsiyalash jarayonidan nomarkazlashgan investitsiya jarayoniga o'tish, ustovor investitsion loyihalarni qo'llash qayvarlashga qaratilgan mexanizm, ushbu bir yig'indisi hisoblanadi. Davlat investitsiya siyosatini amalga oshirishda ko'proq ustovorlik kichik biznes subyektlari, xorijiy investitsiyalar ishtirokidaagi korxonalar tuzatilga qaratiladi. Davlat investitsiya siyosati mavjud kamchiliklarni bartaraf etish, muammolarni tekzorlik bilan hal qilish va shu asosda investitsiya ishtirokchilarning erkin harakat qila olishlari uchun qulay iqtisodiy, investitsion muhit yaratishga qaratilgan.

**Davlat investitsiya siyosatining ustovor yo'nalishlari deb quyidagilar hisoblanadi:**

1. *Investitsiyalar, ularning harakatlanishi, investitsiya faoliyati ishtirokchilari munosabatlari, ularni tartibga solish bo'yicha qulay huquqiy bazani yaratish, amaldagi qonunchilik-huquqiy bazasini takomillathtirish;*

2. *Iqtisodiy tub istohotlarni amalga oshirish, maqsodli investitsion siyosatni yaratish;*

3. *Investitsion jarayonni yaxshilash va barcha investitsion jarayon ishtirokchilarning faolligini oshirish, xorijiy investitsiya ulani jalb etish;*

4. *Davlat huzumati organlari, hukumat tashkilotlarining nazorat etish funktsiyalarini yanada takomillathtirish.*

**Investitsiya siyosati:**

1. Dasturiy yondashuv — asosiy baza sanoat tarmoqlarini modernizatsiyalash va rivojlantirish, o'z ma'nodatli telekti energetikasi, metallurgiya, kimyo, rangli metallurgiya, qora metallurgiya, qullish materiallari san'ati, elektrotexnika, avtomobilsozlik, to'qimachilik, farmatsevtika, chetdan-poyafzal sanoatlarini).

2. Kompleksi yondashuv — qazib olish va qayta ishlash tarmoqlaridagi (geologiya-qidiruv) xom ashyo bazasini kompleksli o'zlashtirish.

handa hududlarni kompleks rivojlantirishni ta'minlovchi loyihalarni rag'batlantirish.

3. Rag'batlantiruvchi yordashuv – mamlakat iqtisodiyatining ishlab chiqarish infratuzilmasi, xususan alyum resurslari ha'yicha o'ra muqobil rivojlanish strategiyasiga javab berib oladigan investitsiya loyihalariga turli imtiyozlar taqdim etish, shuningdek, keng soliq va bojxona imtiyozlari hisobiga ishlab chiqarishni texnik va texnologik rag'batlantirish.

4. Kam rivojlangan mintaqalar va ustuvor tarmoqlarda amalga oshiriladigan investitsiya loyihalarini omamzillik rag'batlantirish.

O'zbekistonda Davlat Investitsiya siyosati rivojlanishi quyidagi III bosqichlarni o'z ichiga oladi.

1. Bosqich: 1991 - 1994-yillar; 2. Bosqich: 1995 - 2003-yillar; 3. Bosqich: 2003 y. - hozirgi davr.

1-bosqichda quyidagi choralar tadbirlar amalga oshirildi:

- turli ma'kullilik shakillarini yaratish berisidagi investitsiya jamiyatni markazlashtirish tadbirlar amalga oshirila boshlandi;

- xususiy moliyalashtirish manbalariga qo'shilgan ijtimoiy ahaliy kash etilishi obyektlarini byudjetdan moliyalashtirish saqlab qolindi;

- xususiy ma'kullilik joriy choralar tadbirlari olib harildi.

2-bosqichda quyidagi choralar tadbirlar amalga oshirildi:

- qonunshilik bazasi yaratildi;

- keakore asosida loyihalarni moliyalashtirishga o'tildi;

- xosiy investitsiyalarni jalb etish choralar tadbirlari amalga oshirila boshlandi;

- iqtisodiyotning real sektoriga investitsiyalar kiritilishi kuchaytirildi;

- investitsion loyihalarni amalga oshirishda turli moliyalashtirish manbalarini qo'llanila boshlandi.

3-bosqichda quyidagi choralar tadbirlar amalga oshirilmogda va rejalashtirilgan:

- valyuta munosabatlari va operatsion liberalizatsiya kuzaytirilmogda;

- xosiy investorlarning huquqlarini himoya qilish va ulardan foydalanila kuzaytirilmogda;

- korxonalarining texnik qurilmalarini kuzaytirilmogda;

- eksporti mo'ljallangan va import o'rni qoplovchi mahsulotlar ishlab chiqarishga ixtisoslashgan loyihalarni raddiyalashlariga ustavordlik berilmoqda.

Xalqaro statistikada investitsiyalarni to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar turiga kiritish bo'yicha har xil yondashuvlar mavjud. Xorijiy investorlar tomonidan nazorat qilish huquqini belgilovchi ko'rsatkich sifatida ular ega bo'lgan aksiyadonlik kapitalining hisasi ko'rsatkichidan foydalaniladi.

Mamlakatimizda iqtisodiyotni modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash dasturini amalga oshurishda investitsiyalarni jalb etish, avvalo, ichki manbalarni safarbar etish hisobidan iqtisodiyotimizning muhim tarmoqlarini jadal modernizatsiya qilish, texnik va texnologik qayta jihozlash, transport kommunikatsiya yo'llarini yanada rivojlantirish va ijtimoiy infraqurilma ob'ektlarini harpo etish hal qiluvchi ustuvor yo'nalishga aylanadi (15.1-chizma).



15.1-chizma. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash dasturini amalga oshirishning ustuvor yo'nalishlari

Yuqorida ta'kidlanganidek, mamlakatimizda investitsiyalarni jalb etishda avvalo ichki manbalarni safarbar etishga ustuvor ahamiyat qaratilmoqda. Bu yangi ishlab chiqarishni tashkil etish yoki mavjud ishlab chiqarish qavatlarini yanada kengaytirishda investorlarning o'z

maliyaviy resurslari – ko'zga foydasi, amurtizatsiya qaratmalari, pul jang'armalari va boshqalarda kengroq foydalanish zarurligini anglatadi. Chunki, iltiqli mabhalarning te'laq salarbar etilishi, bir tomondan, mavjud iqtisodiy resurslardan tejamli va eijloca foydalanishni ta'mirlasa, boshqa taraandan, investitsiyalarning samaradorligini oshiradi.

Mamlakat miqyosidagi investitsiya faalliyatini samarali amalga oshirish maqsadida investitsiya dasturi ishlab chiqiladi.

*Investitsiya dasturi* – respublika iqtisodiyotini barqaror va te'driy ravjlanitirishga erishishga, tubiy, mineral xom ashyo, maliyaviy, masdiy va mehnat resurslaridan eijloca foydalanish yo'li bilan respublika ayrim tarmoqlari va mintaqalarini tarkibiy o'zgaritirishning asosiy ushvorliklarini va strategik vazifalarini amalga oshirishga va'oltilirilgan bir-biri bilan o'zaro bog'langan obom-te'dbiralar kompleksi.

*Investitsiya mahitl* – investitsiyalar jazikadorligi hamda xavf-xatar darajasini belgilab beruvchi iqtisodiy-iqtisodiy, maliyaviy va siyosiy omillar majmuri.

*Investorlar* – xususiy va qaraga olingan mulkiy va intellektual qiymatlarini sarflash haqida qaror qabul qunvati investitsiya faalliyati subyektlari. Investorlar obyektlar va investitsiya ushjalariqa eijlik qilish, foydalanish va tesniruf qilish haquqiga ega bo'lah. Investorlar ko'chiralar va haridalar colini bajarishlari, shuningdek investitsiya faalliyatining boshqa ishtirokchilari funkaiyalarini bajarishlari mumkin. Odatda, investorlar kapital qo'yimalar sarflashdigan sohalarni aniqlaydilar, kontrak va shartnomalarning shartlarini ishlab chiqadilar va investitsiya aktining boshqa tomonlari bilan – ko'chirator, inkumalar organlari, piravard mahalka ishlab chiqaruvchilar va alu mahalkalarning alo'mulchilari bilan hasob-korlamalarni amalga oshiradilar.

Shuningdek, mamlakatlarida texnik modernizatsiyalash bo'yicha tarmoq dasturlari ham ishlab chiqilib, ularni qiyoslayotirishning yordamchi tarmoqlarini texnik va texnologik yordam qayn o'zgaritish ishlab chiqarishning zamonaviy ushvorlariga o'zlas, ushkor va samarali ushvorlari qo'llash kabi o'zgaritirishlar amalga oshirish bo'yicha ushkor.

### 15.3. Investitsiya manbalari va ulardan foydalanishning asosiy yo'nalishlari

Korxonaga muqayyid nazardan investitsiya manbalari – ularning o'z mablag'larini (foyda, amortizatsiya, boshqa pul jang'armalari); qarz qabul qilingan mablag'lar (bank krediti va boshqa tashkilotlarning ommatikasi); boshqa jahd qilingan mablag'lar (aksiya va boshqa qimmatbaho qog'ozlarni sotishdan kelgan daromadlar); byudjet va byudjetdan tashqir mablag'larini tashkil qiladi.

Investitsiya loyihalari turli maqsadlarda tuziladi va amalga oshiriladi, ularni turli guruhga ajratish mumkin.

1. Yangi ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishni tashkil etish;

2. Ishlab chiqarishni yoki xizmat ko'rsatishini kengaytirish;

3. Ishlab chiqarish samaradorligini oshirish;

4. Davlat tashkilotlari tashqirni qamrovda, davlat mas'ulot va xizmatlar bilan ishlash.

Rejalashtirish va boshqaruv tizimida, shuningdek, investitsiya manbalarini aniqlashning ixtiyoriy va tashqir turlaridan biri foydalaniladi.

Investitsiyalarning *lekkil manbalarini* quyidagilar:

• ishlab turgan asosiy kapitalga hisoblanuvchi ammortizatsiya ajratmalari natijasida shakllanuvchi, korxonaning o'z moliyaviy vositalari;

• foydalanuvchi investitsiya chiqarishga ajratiluvchi qismlar;

• sug'urta kompaniyalari va muassasalari tomonidan moliyaviy odat va boshqa hisobalarda ta'limuvchi mablag'lar;

• korxonaning aksiyalar chiqarishi va sotishi natijasida olinuvchi mablag'lar;

• yuqori darajali va boshqa organlar tomonidan quyidagilarni berish asosida ajratiluvchi mablag'lar;

• zayriya va shu kabi boshqa mablag'lar.

Investitsiyalarning *tashqir manbalarini* quyidagilar:

• moliyaviy va mahalliy byudjetdan, ixtiyoriylikni qabul qilyatuvchi turli xil fondlar tomonidan ajratiluvchi qaytarib berish asosidagi mablag'lar;

• korxonalar ulam jang'armasida moliyaviy yoki boshqa moddiy va nonmoddiy ishlar shaklida, shuningdek, xalqaro moliya tashkilotlari

va alohida shaxslarning to'g'ridan-to'g'ri qo'yilmalari shaklida kiritilishi xorijiy investitsiyalar;

• davlat va turli xil fondlar tomonidan qaytarib berish sharti bilan berilishi kreditlar, jumladan imtiyozli kreditlar.

Investitsiya manbalarini shakllantirishda moliya hozori va uzoq muddatli mablag'ning muhim ahamiyatga ega. Moliya bozoriga asosiy maqsadi muomaladagi ortiqcha bo'lgan pul resurslarini aktiv kapital sifatida ishlab chiqarishga jalb qilishdan iborat.

Moliya hozori juda ko'p miqdordagi tushuncha bo'lib, u doimo paydo bo'ladigan jamg'armalaridan samarali foydalanish jarayonini o'zida ifodalaydi.

Moliya bozori hayotda vujudga kelgan jamg'armalarni (o'zida, korxonada) bir turla (jamg'armalanishi) ikkinchi turga (real kapitalga aylantishi) o'tirishi ta'minlovchi muassasadir.

Hozirgi zamon moliya bozoriga asosini moliya muassasalari va vositachilar tashkil qiladi. Ular savatchilar va xaridorlar hamda sotiladigan va sotib olinadigan tovar, pul va boshqa moliya aktivlari mavjud bo'lgan bozordir.

Investitsiyalarni obyektlarga qo'yish sohaslariga qarab quyidagilarga ajratish mumkin:

- kam qo'llaniladigan investitsiya mablag'lar, ya'ni qo'riq (bo'sh yotgan) yerlarni o'zlashtirish, muhojat resurslaridan vaqtincha foydalanish (muntazamlar va rahbarlar) va h.k.;

- ma'lum hajmda talab qilinadigan investitsiya mablag'lar;

- rejalashtirilgan investitsiyadan olinadigan daromadga ta'sir etadigan boshqa investitsiya sharoitlar, ya'ni rejalashtirilgan asosiy investitsiya mablag'lariga qo'shimcha investitsiya mablag'larini jalb etish yo'li bilan investitsiyadan keladigan foydani oshirish;

- faoliyatga qo'yilgan shakliga qarab, investitsiya o'z harakatida daromadlarni oshirish yoki kamaytirish, xavf-katarral kamaytirish, muhim jammasining manfaatdorligini oshirish, ish sharoitini yaxshilash, ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni munofiqlashtirishga yo'naltirilishini ta'minlash zarur;

- qo'shimcha investitsiyalar xara stani kamaytirish, samaradorlikni oshirish, mahsulot ishlab chiqilishi va sotilishi oshirish, qo'shimcha daromad olishni ta'minlashga yo'naltirilishi kerak;

- ma'lum ishlab chiqarishga yo'naltirilgan investitsiyalar tarkibi ishlab chiqarishning ixtisoslashtirishga qarab taqsimlanishi darkor;

investitsiyalar resurslarini tejash, yangi mahsulot ishlab chiqish, korxonalar imidjini oshirish, tabiatni muhofaza qilish va hokazolarni ta'minlash ham zarur.

Investitsion maqsadlarga yo'naltiriluvchi mablag'lar tanqisligi sharoitida lizing investitsion faoliyatni faollashtiruvchi ruxim vosita bo'lib xizmat qiladi.

*Lizing* — moliyaviy-kredit munosabatlarning shakllaridan biri bo'lib, korxonalarining qurilma va asbob-uskunalarni ishlab chiqaruvchi korxonalar yoki maxsus tashkil qilingan lizing kompaniyalaridan uzoq muddatga ijaraga olishini anglatadi. Lizing bitimida ko'rsatilgan tomonlardan tashqari investitsion loyihalarni moliyalashtirish hamda ularni buning uchun zarur bo'lgan mablag'lar bilan ta'minlash inkoniyetiga ega bo'lgan tijorat yoki investitsion banklar ham ishtirok etishi mumkin.

Investitsiyalardan (kapital qo'yilmalaridan) foydalanishning asosiy yo'nalishlari quyidagilar hisoblanadi:

- yangi qurilish;
- korxonani kengaytirish va qayta tiklash;
- ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish va texnik jihatdan qayta parallantirish;
- harakatdagi quvvatlarni takomillashtirish.

Yangi qurilishga yangi maydonlarda maxsus ishlab chiqilgan mayhalar asosida quriluvchi korxonalar, binolar, inshoot va qurilmalar munosibdir.

Faoliyat yuritayotgan korxonani kengaytirish qo'shimcha ishlab chiqarish majmualarining mavjuddagi qismlarini yangi loyiha asosida qurish yoki asosiy, qo'shimcha, yordamchi va xizmat ko'rsatuvchi ishlab chiqarishning amaldagi seklarini kengaytirish yoki qurishni anglatadi. U asosan, faoliyat yuritayotgan korxonalar hududida yoki unga tutash maydonlarda amalga oshiriladi.

**Qayta tiklash** — bu, faoliyat yuritayotgan korxonani ma'naviy va jismoniy eskirgan qurilma va asbob-uskunalarni ishlab chiqarishni mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish, texnologik bo'g'inlar va yordamchi xizmatdagi normanosibliklarni yo'qotish yo'li bilan



almashtirish yordamida to'liq yoki qisman o'zgartirishni anglatadi. Qayta tiklashda eski sendlar o'rniga yangi sendlarni qurishga ruxsat beriladi.

**Texnik qayta qurilantirish** atchida ishlab chiqarish turlarini zamonaviy talablarga asosan yangi texnika va texnologiyalarni kiritish, ishlab chiqarish jarayonlarini mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish, eskirgan qurilma va uskunalarni yangilash va almashtirish, ishlab chiqarish uzilmasi va tashkil etilishini yaxshilash yo'li bilan, korxonaning texnik darajasini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar majmuasidir. U ishlab chiqarish intensivligini kuchaytirish, ishlab chiqarish quvvatlarini oshirish va ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar sifatini yaxshilashga yo'naltirilgan.

Maliyaviy resurslar va er tuncisligi shartlarida, ikkinchi tomondan esa, mavjud ishlab chiqarish quvvatlaridan unumliroq foydalanish uchun yangi qurilish, nisbatan cheklangan holatda, asosan juda zaxir hollarnagina amalga oshiriladi. Shu sababli bugungi kunda investitsiyalarning eng ko'p tarqalgan yo'nalishlari silsida, avamam alganda yangi tuzdagi mahsulot ishlab chiqarishni ham ko'zda tutuvchi mavjud ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta tiklash va texnik jihatdan qayta qurilantirishni ko'rsatish mumkin.

Yangi qurilish hamda mavjud ishlab chiqarishni kengaytirish va qayta tiklashga yo'naltiriluvchi kapital qo'yilmalar asosan quyidagi elementlardan iborat bo'ladi:

\* qurilish-montaj ishlari xarajatlari;

\* mashina va uskunalarni sotib olishga sarflanuvchi xarajalar;

\* loyiha eildiruv va boshqa ilmiy ishlarnamalarga sarflanuvchi xarajalar.

Investitsiyalarning takror ishlab chiqarish uzilmasi yangi qurilish hamda mavjud ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta tiklash va texnik jihatdan qayta qurilantirishga sarflanuvchi xarajalari o'rtasidagi o'zaro nisbatni ifodalaydi.

#### **15.4. Investitsiya faoliyatini amalga oshirish va mu'ljallangan obyektga ko'ra investitsiyalarning turlari**

Investitsiya faoliyatini tashkil etishda har bir mulk egasi ishlab chiqarish, ta'biykorlik mahiyatini chuqur anglagan holde ish yuritishi lozim. Investitsiya faoliyati bilan shug'ullanuvchi mulk egasi tez o'zgaruvchan bazar iqtisodiyoti va uning ko'p qitrali munosabalarini har tomorlona anglay bilishi lozim. Investitsiya faoliyatini yuritishda iqtisodiy axborotga

tanlangan saba bir butun iqtisodiyot va mamlakat miqyosida marketing bilimlariga ega bo'lishi alohida ahamiyatga ega. Chunki, barchanivlashmagan iqtisodiyotda investor pul ommasizasi, moliya kredit va banklar, soliq siyosati muhitini chuqur biluvay turib, investitsiya faoliyatini tashkil etish texnikalohilik bilan bog'liq bo'lib, qisqa davr ichidagi inqirozga ochirishi mumkin.

Investitsiya faoliyatini chet davlatlar yoki bu davlatlarning quyidagi hududiy organlari amalga ushirudilar:

- davlatlararo bitimlar yoki boshqa shartnomalarga muvofiq tashkil topgan yoki xalqaro ommaviy huquq subyektlari bo'lgan xalqaro tashkilotlar;

- chet davlatlarning qonun hujjadariga muvofiq tashkil topgan va faoliyat ko'rsatib kelayotgan yuridik shaxslar, shirkatlar, uyushma va tashkilotlar;

- chet el fuqarolari bo'lmish jismoniy shaxslar va boshqalar.

Samarra yoki daromad ko'rsatadigan mulkiy va intellektual boyliklar, ya'ni investitsiya resurslari jumlasiga quyidagilar kiradi (15.2-sh xizmat):

- pul mahlag'larini (shu jumladan chet el valyutasi) va boshqa moliyaviy mahlag'lar, shu jumladan kreditlar, paylar, ulushlar, aksiyalar va boshqa qiymatli qog'ozlar;



15.2-chizma. Mulkiy va intellektual boyliklar

- ko'chir va ko'chmas (m) mulk (binolar, inshootlar, uskunalar, mashinalar va boshqa moddiy qimmatliklar) harida ularga bo'lgan huquqlar.

- intellektual mulk obyektlari, shu jumladan u yoki bu turdagi ishlab chiqarish turini tashkil etish uchun zarur bo'lgan, texnik hujjatlar, ko'pinimalar va ishlab chiqarish tajribasi tarzida ehismaniyilashitirilgan, natsionlangan yoki pateulatsmagan (mca-kac) texnik, texnologik, tijoratga oid va boshqa bilimlar;

- yer uchastkalariga va boshqa tabiiy resurslarga egalik qilish hamda ulardan foydalanish huquqi;

- ssumagpek, mulk huquqlaridan kelib chiquvchi boshqa ashyeviy huquqlar.

Investitsiyalarning qayd etilgan turlari va shakllari asosida tadbirkorlik, ishbilarmoulik va boshqa davlat tomonidan ta'qiqianmagau faoliyatlarini barcha investorlar tomonidan amaliy ravishda yo'lga qo'yish, mablag'lar sarflash va ularni amaliyotga tadbic etish ehem tadbirlarining yop'ardisi investitsiya faoliyatini anglatadi.

Investitsiya faoliyatini muvoficlashitirishning muhim yo'nalishida qulay sharoitlar yaratishga qaratilgan. Avvalambor, ijtimoiy rivojlan-tirish, ishlab chiqarishni texnik jihatdan takomillashitirish, yangilik va ixtilolamni tadbic etish asosida ijtimoiy talararni qoqdarishga qaratilgan. Bu borada muvoficlashitirishni tashkil etish investitsiya faoliyatini sharoitlarini aniqlashi yo'li bilan hamda davlat investitsiyalarini bosh-qarish bilan birga olib boriladi. Davlat tomonidan investitsiya faoliyati sharoitlarini muvoficlashitirish bir qator tadbir va eborlarni qo'lash va hayotga tadbic etish negizida amalga oshirilibhi ka'ada tutiladi.

Investitsiyalar mo'ljallangan obyektiga ka'ra kapital, innovatsiya va ijtimoiy investitsiyalarga bo'linadi.

Kapital investitsiyalar jumlasiga asosiy firdalarini vujudga keltirish va takror ishlab chiqarishga, shuningdek moddiy ishlab chiqarishning boshqa shakllarini rivojlantirishga o'shiladigan investitsiyalar kiradi.

Innovatsiya investitsiyalari jumlasiga texnika va texnologiyalarning yangi avlodini ishlab chiqarish va a'zlashitirishga qo'shiladigan investi-tsiyalari kiradi.

Ijtimoiy investitsiyalar jumlasiga inson salohiyatini, malakasi va ishlab chiqarish tajribasini oshirishga, shuningdek, nomoddiy so'matlar-

ning boshqa shakllarini rivojlantirishga qo'shiladigan investitsiyalar kiradi.

Asosiy fondlar va aylanma mablag'larga investitorlar tomonidan qo'yiladigan barcha turdagi boyluklar real investitsiya deb tushuniladi.

Real investitsiyalar orqali ishlab chiqarish korxonalari quriladi, barakadagi korxonalar texnik qayta quriladigan va uzatman asosiy fondlar takror ishlab chiqariladi.

Moliyaviy investitsiyalar — bu foyda keltiradigan qiymatli qog'ozlar va moliyaviy vositalarga investitsiyalar. Vasitalar deganda biz investitsiya imtihonlari, PAMM hisob muammasini, barcha depozitlarni tushunamiz. Qiymatli qog'ozlar odatda to'g'ridan-to'g'ri qiymatli qog'ozlar (aksiyalar, obligatsiyalar, veksellar) va hisoblar (fyacherslar, opsiyalar va boshqalar) deb tushuniladi.

Investor portfeli (moliyaviy) investitsiyani amalga oshirish orqali qiymatli qog'ozlardan (aksiya, obligatsiyalar) daromad (dividend) o'lib, o'z moliyaviy kapitalini o'sishiga erishadi.

Mulkni davlat tomonidan chiqarish va xususiylashtirilgan jarayonning rivojlanib borishi bilan qimmatli qog'ozlar bozori taraqqiy etib, moliyaviy investitsiyalar qo'yish jarayoni faollashadi. Shuningdek, mulkni xususiy lashtirish va moliyaviy bazarning rivojlanishi respublikamizga chet el investitsiyalarining katta hajmda kirib kelishiga imkoniyat yaratadi.

Intellektual investitsiyalarga mutaxassislarni tayyorlash, taqriban, ilmiy tekshirish, litsenziya va non-xau berish, avtorlik huquqi va boshqalar kiradi.

Shved iqtisodchi olimi K.Filund investitsiya ruxsatchisi tarkibiga a'lim va ilmiy tekshirishdagi xizmatlarni ham qo'shish kerak, degan fikrni ilgari aytib, u intellektual investitsiyalar ahamiyatini yuqori baholaydi. Uzunmudavlatda ishlab chiqarishda fan va texnikaning ta'siri kuchayib borishi bilan intellektual investitsiyaning ahamiyati yanada oshib boradi.

Mamlakatimizdagi iqtisodiyotni rivojlantirish va investitsiyalarni faol jalb etish solisidagi asosiy o'liber — bu makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, sog'lom raqobat uchun zarur sharoitlarni yaratish, ishlabarararlik va investitsiya muhitini tubdan yaxshilash, iqtisodiyotda davlat ishtirokoti jiddiy ravishda kamaytirish, yuqori iqtisodiy o'sish sur'atlarini saqlab qolish, xusufonuz iqtisodiyotga qarshi

kurashish va uning ulushini keskin qisqartirish, valuta siyosatini erkinlashtirishni davom ettirishga qaratilayotganligi, albatta, kelajakda yurtimiz yanada yuksalishiga zamin yaratib berishi shubhasizdir.

### Asosiy atamalar va tushunchular

Investitsiya. Qimmatbaho qog'oz. Investor. Intellektual mulk. Kapital qo'yilmalar. Moliyaviy investitsiyalar. Real investitsiyalar. Ilg'or tajribalar. Moliyaviy xatar. Sarmoya. Yuksak malakali mutaxassis. Aktiv va passiv moddalar. Investitsiya portfeli. Ijtimoiy va ekologik ehtiyojlar uchun investitsiyalar. Transkontinental investitsiya. Transatlitik kapital qo'yilmalar. Investitsiya loyihasi. Aktsiya. Nominal investitsiya. Xorijiy investitsiyalar. Memorandum. Investitsiyalarning ichki mazabotlari. Moliya bozori. Innovatsiya investitsiyalari. Investitsiya resurslari.

### Mavzu bo'yicha savollar:

1. Investitsiya qaysi tillardan olingan so'z va uning tushunchasi qanday talqin qilinadi?
2. Investor iborasi ma'nosini yaratib bering.
3. Qimmatbaho qog'oz deganda nima tushunilishi mumkin?
4. Intellektual mulk bo'lsa nima mulk?
5. Kapital qo'yilmalar deganda nima tushunilishi lozim?
6. Moliyaviy investitsiyalar ifodalashini so'zlab bering.
7. Real investitsiyalar pul mahlag'larini qanday maqsad uchun kiritiladi va ular ko'pincha, tarmoq va boshqa xalq xo'jaligining nimasini bo'lgan beradi?
8. Ilg'or tajribalar deganda nimani tushunishimiz shart?
9. Moliyaviy xatar to'g'risida ma'lumat bering.
10. Sarmoya iborasi nimani anglatadi?
11. Iqtisodiy ruzmayi nazardan investitsiya qanday mahlag'larini jang'arishni anglatadi?
12. Moliyaviy naqay nazardan moliyaviy resurslarni qanday maqsadga to'plashni nazarda tutadi?
13. Duxqaheriyani hisob, naqay nazardan hisobotning aktiv va passivining bir nechta moddalariga ishlatilgan kapital xarajatlarni nimasini ifodalaydi?
14. Yuksak malakali mutaxassis - bu ... jumladan to'ldiring.

15. Aktiv va passiv moddalar qanday mohiyatga ega?
16. Investitsiya portfel to'g'risida axborot bering.
17. Ijtimoiy va ekologik ehtiyojlar uchun investitsiyalar bo'yicha tushunchangizni keltirib o'tsangiz.
18. Portfel investitsiyalar litsenziya va faxriylikning kelishuvlari, marketing xizmati haqidagi kontraktlar asosida tashkil qilingan, unda qanaqa huquq vujudga kelishi mumkin?
19. Tavakkalchilik darajasi bo'yicha investitsiyalar tarkiblanishining qanday jihatlari bor?
20. Transkontinental investitsiya – bu qayerda kiritilishi nazarda tutilgan sarmaya?
21. Transmilliy kapital qo'yilmalar – bu qayerga kapital olibqarish degani?
22. Investitsiya loyihasi tushunchasini izohlab bering.
23. Investitsiya amalga oshirilishining qanday ko'rsatkichlari mavjud?
24. Nazorat investitsiya deb nimaga asosan ayirishimiz mumkin?
25. Kelib chiqish hududi bo'yicha investitsiyalar misolin keltiring.
26. Memorandum bu nima? uning ari hisoblanadi va u qanday ko'rsatkich?
27. Investitsiyalarning ichki tashkiloti nima evariga shakllanishi mumkin?
28. Moliya hozirga qanaqa izoh bera olasiz?
29. Investitsiya investitsiyalari bo'yicha tushuncha bering.
30. Investitsiya resurslari jamlasiga nimalar kiradi?

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. –Т.: «Ўзбекистон», 2014. – 40 б.
2. Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодекси (Ўзбекистон Республикасидаги «Ўзбекистон Республикасидаги Солиқ кодексини тасмиллаштириш» қонунининг 2007 йил 25 декабрдаги 136-сон қонун билан тасдиқланган, кейинчалик янги тақрида қабул қилинганлиги).
3. 2019 йил 23 декабрь, ЎРҚ-598-сон «**ИНВЕСТИЦИЯЛАР ВА ИНВЕСТИЦИЯ ФАОЛИЯТИ ТЎҒРИСИДА**» ЎЗБЕКИСТОН RESPUBLIKASINING ҚОНУНИ, Қонунчилик палатаси томонидан 2019 йил 9 декабрда қабул қилинган, Солиқ томонидаги 2019 йил 14 декабрда маъқулланган.
4. 2003 йил 24 апрель, 474-II-сон «**БАНКРОТЛИК ТЎҒРИСИДА**» Ўзбекистон Республикасининг қонунини (янги тақрири).
5. 2002 йил 5 июль, Ўзбекистон Республикасининг «**СУТУРТА ФАОЛИЯТИ ТЎҒРИСИДА**» ҚОНУНИ.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019-йил 20-июльдаги PQ-4525-сон «Мамлакатда бизnes ширкати янгида яхалаш ва тadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash lizinita takomillastirish chora-tadbirlari to'g'risidagi Qarori.
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019-йил 24-октябрдаги PQ-4498-сонли «Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish davlat dasturlari doirasida amalga oshirilayotgan loyihalarni kreditlash tartibini takomillastirishning qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risidagi Qarori.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-oktyabrda 448-sonli «O'zbekiston Respublikasi Bosh vazirining tadbirkorlar manfaatlarini ko'rib chiqish qabulxonalarini huzarida tadbirkorlarning jamoatchilik kengashlarini tashkil etish to'g'risidagi Qarori.
9. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 13-avgust PF-5783-sonli «Xususiy mulken himoya qilish va mulkдорlar huquqlarining kafolatlarini kuchaytirish, tadbirkorlik tashabbuslarini qo'llab-quvvatlash borasidagi ishlarini tashkil qilish tizimini tubdan takomillastirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar, shuningdek, tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy resurslar va ishlab chiqarish

infrastrukturasiidan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish to'g'risidagi Qarori.

10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-fevral PQ-4160-sonli «Жаҳон банки ва Халқаро молия корпорациясининг «Бизнес крестини» йиллик хисоботида Ўзбекистон Республикасининг рейтингини охирига донг кўнимчи чора-тадбирлар тўғрисида» gi Qarori.

11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 17-avgust PQ-5635-sonli «2017 — 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасининг ривожланишининг бешта устувор йўналиш бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Фаол инновациялар ва инновацион ривожланиш йилида амалга оширишга оид Давлат дастури тўғрисида» gi Qarori.

12. Постановление Президента Республики Узбекистан от 5 мая 2018 г.

№ ПП-3697 «О ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ МЕРАХ ПО СОЗДАНИЮ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ АКТИВНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ».

13. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисига Мурожаатномаси (24.01.2020): <https://president.uz/uz/issig/ijre/2324>

14. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 11-сентябрь 721-сонли «ИННОВАЦИОН ФАОЛИЯТНИ ЯНАДА ҚУЛЛАБ-ҚУВВАТЛАШ ЧОРА ТАДБИРЛАРИ ТЎҒРИСИДА»ги Қарори.

15. Каримова И.А. 2015 йилда итисоодийликда тур таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини янги давр эътирофи алоқибали хусусий курак ва хусусий тадбиркорликка ҳонг бўла очиб бериш – устувор нафизамтилар. – Т.: «Ўзбекистон», 2015.

16. Ўзбекистон Республикаси Марказий банки Ўшқарувидаги ТИЖОРАТ БАНКЛАРИНИНГ БАНК ТАВАҚҚАҒЧИЛИКЛАРИНИ БОШҚАРИШИГА НИСБАТАН КЎЙИЛАДИغان ТАЛАБЛАР ТЎҒРИСИДАГИ НИЗОМНИ ТАСДИҚЛАШ ҲАКИДАГИ Қарори, Ўзбекистон Республикаси Азия напирлиги томонидан 2011 йил 25-майда рўйжадан ўтказилди, рўйхат рақами 2229.



17. Mammadov B.S., Xo'jamqulov D.Yu., Nurbekov O.Sh. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. Darslik. Toshkent moliya instituti. - T.: IQTISODMOLIYA, 2014. - 608b.

18. Vabobov A.V., Malikov T.S. Moliya. Darslik. - Toshkent: Noshir, 2012. - 712 b.

19. Yuldashev A. Vaboshq. Moliyaviy menejment. O'quv qo'llama. - T.: «Vostok», 2013. - 272 b.

20. Аленкин В.А., Зотев А.И. Финансы. - Ростов н/Д: Феникс, 2009 г. - 346 стр.

21. Алимов И.И. Малия. Ўқув қўлланма. Тошкент, 2007. - 168 с.

22. Барулин С.В. Финансы. - М.: КНОРУС, 2011 г. - 640 стр.

23. Бочаров В.В. Инвестиции: Учебник для вузов. 2-е изд.- СПб.: Цанум, 2008.- 384с. Ил. - (Серия — Учебник для вузов).

24. Вахидов А., Хайтабакиев Ш., Мўминов Н. —Хорижий инвестициялар ўқув қўлланма. - Т.: «Малия», 2019. -328 б.

25. Вабобов Д., Ражабов Ш. Малия. - Т., ТМИ, 2009. -200 б.

26. Ишота Н.В. Инвестиции. Организация, управление и финансирование: Учебник. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 160 с.

27. Инвестиции: Учебник / С.В.Валдайцев, Ш.Ш.Воробыев и др. Под ред. В.В.Ковалева, В.В.Иванова, В.А.Латыпа. - М.: ТК Велби, Проспект, 2007. - 584 с.

28. Д.С.Косинова. «Расширение поддержки малого бизнеса при цифровизации экономики». «Развитие индустриальной и цифровой экономики Узбекистана: пути технологичности, инновационности и бизнес-модельных орбиты инновационного развития юстиции» (DPUZ) мавзусида халқаро онлайн- амалий конференция. Т., 2020 йил 26 февраль: 84 – 88-бетлар.

29. D.Kosimova, V.Mullabayev. Improving Human Resource Management in the Oil and Fat Industry Based on Structural Changes. International Journal of Advance and Innovative Research.(Impact factor: 7.36)Volume08, Issue 02, January 2019. p.41-46.

30. Д.С.Косинова. Соновий хорижийликларни маъсулоти рақобатбардорчилигини оширишнинг йўналишлари. Иқтисодий ва ижтимоий технологиялар илимий шектор журнал №2.2019. март-апрель.

31. Д.С.Косинова, С.Гудязов. Стратегическая эффективность управления потенциалом регионального агропромышленного

коллекция // Региональная экономика: теория и практика. – 2020. Т. 18, № 5. – С. 951 – 965. <https://doi.org/10.24891/te.18.5.951> <http://fin-izdat.ru/content/region/>

32. Д.С.Косимова. Эффективность управления потенциалом регионального агропромышленного комплекса. «Минтекалар экспорт олоқидикини оспиррида инвестиция дастурилариди саларали фойдаланиши истиқболлари» мавзусида республика илмий-ақаллий анжуманини Т., ТДМУ. 2020 йил 20 октябрь.

33. Д.С.Косимова. «Инновационные преимущества и развитие малых предприятий». Узбекистон Республикасида иновацион ривожлантириши муаммолари, T.LESSON PRESS. 2013. ТДМУ хузуриди илмий тадқиқот маркази. 38 – 42-бетлар, Илмий мақолалар тўплами.

34. D.S.Kosimova. Improving Human Resource Management in the Oil and Gas Industry Based on Structural Changes. International Journal of Advance and Innovative Research (Impact Factor 7.36) Volume 08, Issue 02, January 2019, p.41-46.

35. Д.С.Косимова. Саноат корхоналарида мақсулот рақобатбардорлигини оширишни йўналишлари. Иқтисодиёт ва иновацион технологияларга ақлий мектебга журнал, №2, 2019 март-апрел.

36. Қосимова Д.С. «Менеджмент назариси». Дарсхона Т.: Tafakkur bo'stogi. 2015. - 356-б.

37. Qosimova D.S. Management va marketing asoslari. Darslik. – T.:TDU, 2014. – 224 bet.

38. Qosimova D.S. "Bojbona managementi." Darslik. T.: "Innovatsion rivojlanishni" patriyot kuniya uyi. 20.6.2021 й.

39. Qosimova D.S. "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik". Darslik. T.: "Innovatsion rivojlanishni" patriyot kuniya uyi. 15.6.2021 й.

40. Development of small business and entrepreneurship - a springboard for ensuring macroeconomic stability. Journal of Contemporary Issues in Business and Government Vol. 27, No. 2, 2021. <https://ciibg.org.au/>

### Интернет сайтлари:

- [www.president.uz](http://www.president.uz) – Ўзбекистон Республикаси Президентини Администрацияси расмий сайти.
- [www.sia.uz](http://www.sia.uz) – Ўзбекистон Республикаси Статистика қўмитаси сайти.
- [www.lex.uz](http://www.lex.uz) – Ўзбекистон Республикаси конституциялиги портали.
- [www.mf.uz](http://www.mf.uz) – Ўзбекистон Республикаси Мовля вазирлиги сайти.
- [www.dav.uz](http://www.dav.uz) – Ўзбекистон Республикаси Хўкумати сайти.
- [www.uzbusiness.uz](http://www.uzbusiness.uz) – Бизнес инновациялари портали.
- [www.ozon.uz](http://www.ozon.uz) – Бизнес ривожл учун ахборот портали.
- [www.ziyouz.uz](http://www.ziyouz.uz) – Ўзбекилар сайти.

## MUNDARIJA

<b>KIRISH</b> .....	3
<b>1-BOB. XALQARO TADBIRKORLIKNING MOHIYATI VA MAZMUNI</b>	
1.1. Biznes tushunchasining mohiyati. Biznes konsepsiyalari.....	4
1.2. Tadbirkorlik nazariyasi va tadbirkorlik amaliyotini umumiy anglash jarayonining rivojlanishi.....	11
1.3. Tadbirkorlik hodisa va jarayon sifatida. Tadbirkorlikning funksiyalari va tarmoqlari.....	21
1.4. Tadbirkorlik va iqtisodiy erkinlik.....	27
Mavzu bo'yicha savollar.....	33
<b>2-BOB. KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TURLARI VA SHAKILLARI</b>	
2.1. Biznes tascifi.....	35
2.2. Tadbirkorlik faoliyatining turlari.....	37
2.3. Innovatsion tadbirkorlik.....	45
Mavzu bo'yicha savollar.....	55
<b>3-BOB. XALQARO TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH</b>	
3.1. Biznesni tashkil etish – tadbirkorlik tuzilmasi.....	56
3.2. Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi.....	65
3.3. Tadbirkorlik tuzilmasini tashkil qilish imkoniyatlari.....	68
3.4. Tadbirkorlik faoliyatini litsenziyalash.....	70
Mavzu bo'yicha savollar.....	80
<b>4-BOB. XALQARO TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH</b>	
4.1. Boshqarishning marketing usuli.....	82
4.2. Innovatsion marketing jarayonlari.....	84
4.3. Innovatsiyaning brend va narx strategiyasi.....	86
Mavzu bo'yicha test savollari.....	91

## 5-BOB. XALQARO TADBIRKORLIK FAOLIYATINI REJALASHTIRISH

5.1. Xalqaro tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vazifalari.....	93
5.2. Xalqaro tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda biznes rejaning ahamiyati.....	104
5.3. Biznes rejaning asosiy bo'limlari va ularning tavsiflari.....	107
5.4. Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishdagi tahlil.....	116
Mavzu bo'yicha savollar.....	126

## 6-BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIGA XIZMAT KORSATUVCHI BOZOR INFRAUZUMALARI

6.1. Tadbirkorlik subyektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infrazuzumali turlari.....	128
6.2. Tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli.....	130
6.3. Tadbirkorlikni kredit bilan ta'minlash shakllari.....	132
6.4. Tadbirkorlik subyektlarida audit va auditechlik tashkiloti o'tkazish.....	133
6.5. «Axborot», «boshqaruv axboroti» tushunchasi, tashkilotning axborot salohiyati.....	134
6.6. Tashkilotning axborot tizimi, axborot bilan ishlash texnik vositalari.....	136
6.7. Kommunikatsiyaning mohiyati va elementlari, kommunikatsiya bosqichlari.....	137
6.8. Kommunikatsiya turlari va uzatilayotgan axborot oldidagi to'siqlar.....	139
Mavzu bo'yicha savollar.....	140

## 7-BOB. XALQARO TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARI VA MAHSULOT TANNARXI TAHLILI

7.1. Xarajatlar to'g'risida umumiy tushunchalar.....	142
7.2. Ishlab chiqarish xarajatlari tarkibi.....	144
7.3. Dejniy va o'zgaruvchan xarajat turlari.....	147
7.4. Xarajatlarning o'zgartirishiga ta'sir etuvchi omillar.....	150
7.5. Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishning asosiy yo'nalishlari.....	151

7.6. Mahsulot tannaxtasi kariladigan va kirmaydigan xarajalar.....	152
7.7. Mahsulot tannaxtasi hisoblash usuli va uni pasaytirish yo'llari .....	55
Mavzu bo'yicha savollar.....	157

**8-BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING  
MOLIYAVIY FAOLIYATI TAHLILI**

8.1. Moliyaviy tahlilning asosiy talablari va maqsadlari.....	158
8.2. Tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko'rsatkichlar.....	165
8.3. O'zbekiston Respublikasida moliyaviy tahlil usulining tahlil chiqilishi.....	169
8.4. Tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy mustahkamligi hamda ular faoliyatining moliyaviy natijalari tahlili.....	176
8.5. Korxonalar rentabelligi tahlili.....	191
Mavzu bo'yicha savollar.....	218

**9-BOB. TADBIRKORLIK ETIKASI VA MADANIYATI.  
ISHBITARMONLIK MULOQOTI ASOSLARI**

9.1. Korxonada madaniyatini shakllantirish.....	220
9.2. Tadbirkorlik etikasi va odob axlag qoidalar.....	223
9.3. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish.....	228
9.4. Xizmat yuzasidan munosabatlar.....	231
Mavzu bo'yicha savollar.....	234

**10-BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING  
EKSPORT SALOHİYATINI BAHOLASH**

10.1. Tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyati va eksportkor korxonalarning davlat tomonidan qo'llab quvvatlanishi .....	235
10.2. Tadbirkorlikning eksport salohiyati.....	236
10.3. O'zbekistonning eksport bo'yicha ko'rsatkichlari.....	237
10.4. Tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyatini oshirish yo'llari imkoniyatlari.....	238
10.5. O'zbekiston Respublikasining tashqi savdo aylanmasi.....	241
10.6. Eksportning tovar va geografik tarkibini takomillashtirish.....	243
Mavzu bo'yicha savollar.....	244

**11-BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA ISHLAB  
CHIQRISHNI KLASTER USULIDA TASHKIL ETISE  
VA BOSHQARISE**

11.1. Ishlab chiqarish klasterlari samaradorligini nazariy-uslubiy asoslari.....	247
11.2. Ishlab chiqarishni klaster usulida boshqarishni tashkil etishning xorijiy tajribasi.....	250
11.3. O'zbekiston yengil sanoatida ishlab chiqarishni tashkil etish klasteri samaradorligi.....	252
Mavzu bo'yicha savollar.....	260

**12-BOB. XALQARO TADBIRKORLIK  
SUBYEKTLARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI  
SHAKLLANTIRISH**

12.1. Innovatsion faoliyat, uning iqtisodiy mazmuni va mohiyati.....	261
12.2. Innovatsion tadbirkorlik haqida tushuncha va uning bosqichlari.....	266
12.3. Tadbirkorlik korxonalarida innovatsion faoliyatining asosiy xususiyatlar.....	270
12.4. Tadbirkorlikning innovatsion faoliyatini qo'llab-quvvatlash jarayonlari yo'nalishlari.....	271
12.5. O'zbekistonda innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirish yo'nalishlari.....	274
12.6. Korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati oshirishliklari.....	275
Mavzu bo'yicha savollar.....	278

**13-BOB. TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA BANKROTLIK  
VA FRANCHAYZING**

13.1. Bankrotlik tushunchasi va bunday inqirozga uchirishi shahidlari.....	280
13.2. Tadbirkorlik subyektlarini tugatish va ishlar boshqarish-tayotga olib kelishning huquqiy kafolatlari.....	284
13.3. Xalqaro tadbirkorlik faoliyatida franchayzing korxonalarida haqida tushuncha.....	286
13.4. Franchayzingning chet el tajribasi.....	287
Mavzu bo'yicha savollar.....	290

**14-BOB. TAVAKKALCHILIK TUSHUNCHASI, UNI  
BAHOLASH VA BOSHQARISH USULLARI**

14.1. Tavakkalchilik tushunchasi va uning xavflari.....	292
14.2. Tavakkalchilik turlari va uni boshqarish.....	295
14.3. Tavakkalchilikni baholash usullari.....	299
Mavza bo'yicha savollar.....	301

**15-BOB. XALQARO TADBIRKORLIK FAOLIVATIDA  
INVESTITSİYALARNING TUTGAN O'RNI VA  
AHAMIYATI**

15.1. Investitsiyalarning nazariy asoslari: mazmun-mohiyati, vazifasi va turlari.....	303
15.2. Investitsiya sohasida davlat siyosati va uning rivojlanishi.....	307
15.3. Investitsiya manhalari va ulardan foydalanishning asosiy yo'nalishlari.....	312
15.4. Investitsiya faoliyatini amalga oshirish va mo'ljallangan obyektga ko'ra investitsiyalarning turlari.....	315
Mavza bo'yicha savollar.....	319
<b>FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR</b> .....	321



QOSIMOVA DILOROM SOBIROVNA

## XALQARO TADBIRKORLIK

(DARSLIK)

Tushkent – «INNOVATSION RIYOJLANISH  
NASHRIYOT-MATBAA UYI» – 2021

Muallif:	M. Hayirova
Tex. muharrir:	A. Moydinov
Musayyir:	A. Shoshunov
Mushtak:	I. Ibragimov
Kompyuterda shakilllovchi:	M. Zayirova

E-mail: nashr2019@inbox.uz Tel: +99899920-90-35

№ 3226-2756-3128-7430-5628-4094-7907, 10.08.2020.

Boshliqqa ruxsat etildi 22.10.2021.

Behimti 60x84 1/16, «Timez Uzo» garniturasi.

Ofset bosma usulida bosildi.

Shartli bosma tabog'i: 21,25. Nashriyot bosma tabog'i 20,75.

Tiraj: 50. Buyurtma № 239