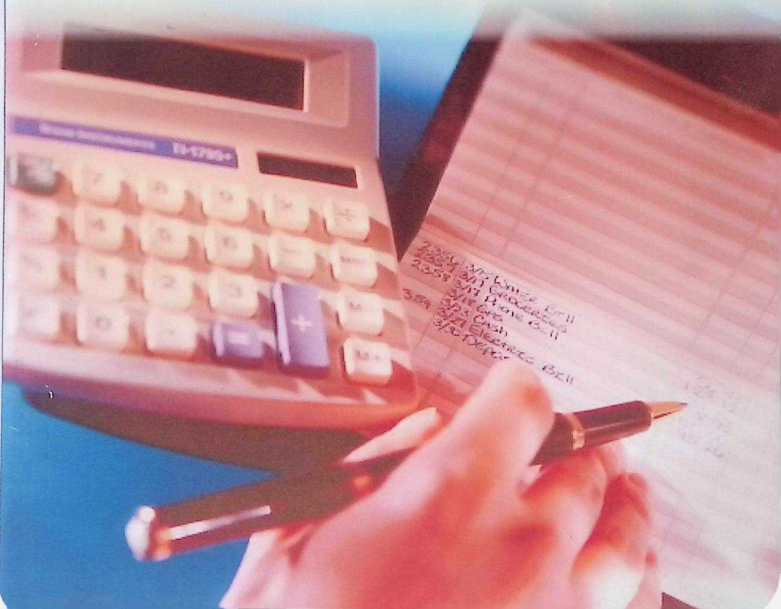


O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
QISHLOQ VA SUV XO'JALIGI VAZIRLIGI

SAMARQAND QISHLOQ XO'JALIK INSTITUTI

KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK

(Ma'ruzalar kursi)



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
QISHLOQ VA SUV XO'JALIGI VAZIRLIGI
SAMARQAND QISHLOQ XO'JALIK INSTITUTI

I. Salamov
T. Qudratov
I. Qudratova

KICHIK BIZNES VA
XUSUSIY TADBIRKORLIK
(Ma'ruzalar kursi)

Samarqand-2015

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik fani bo'yicha ma'ruzalar kursi Iqtisodiyot va boshqaruv kafedrasida dosenti I.Salamov, Buxgalteriya hisobi va audit kafedrasida dosenti T. Qudratov hamda Samarqand ijtimoiy-iqtisodiyot kollejining o'qituvchisi I.Qudratovalar tomonidan O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus talim vazirligi tomonidan 2012 yil tasdiqlangan fanning o'quv dasturiga mos holda tayyorlangan.

Ma'ruzalar kursi SamQXI Iqtisodiyot va boshqaruv kafedrasining yig'ilishida (2014 yil 19-dekabrda 4 - sonli bayoni), iqtisodiyot va boshqaruv fakultetining uslubiy komissiyasi yig'ilishida (2014 yil 25- dekabrda 4- sonli bayoni), fakultet ilmiy kengashining yig'ilishida (2015 yil 20- yanvarda 5- sonli bayoni), institut markaziy uslubiy kengashining yig'ilishida (2015 yil 27- fevralda 4 - sonli bayoni) va institut ilmiy kengashida (2015 yil 27- fevralda 7 - sonli bayon) ko'rib chiqilib, chop etishga tavsiya etilgan.

Taqrizchilar:

1.Samarqand bank kolleji direktori, iqtisod fanlari nomzodi, dosent Ibragimov M.M..

2.Samarqand qishloq xo'jalik instituti Iqtisodiyot va boshqaruv kafedrasida mudiri, iqtisod fanlar doktori, professor Murtazayev O.M.

Ushbu ma'ruzalar kursi 5230900-Buxgalteriya hisobi va audit (tarmoqlar bo'yicha) talim yo'nalishii talabalari uchun mo'ljallangan bo'lib, undan 5429100-Fermer xo'jaliklarini boshqarish va yuritish, Qishloq xo'jalik menejmenti, noiqtisodiyot fakultetlari bakalavrlari, magistrleri, lisey, kollej o'quvchilari va tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchilar ham foydalanishlari mumkin.

MUNDARIJA

Kirish	5
1-Mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning mohiyati va mazmuni	7
1.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tushunchalari mohiyati, maqsadi va vazifalari.....	7
1.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiyotda tutgan o'рни va ularning rivojlanishini asosiy yo'nalishlari.....	10
1.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi.....	12
2-Mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining turlari va shakllari	15
2.1. Tadbirkorlik turlari.....	15
2.2. Tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish bo'yicha tadbirkorlik.....	16
2.3. Tadbirkorlik shakllari.....	18
3-Mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va boshqarish	21
3.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi.....	21
3.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalariga litsenziya berish va bekor qilish tartibi.....	25
3.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzilmalari va boshqarish usullari.....	27
4-Mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida marketing faoliyatini tashkil etish	30
4.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketingni tashkil etish.....	30
4.2. Tadbirkorlik faoliyatida bozorni segmentlashni tashkil etish.....	32
4.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati uchun marketing dasturini ishlab chiqish.....	36
5-Mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish	38
5.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vazifalari.....	38
5.2. Biznes-rejaning mohiyati, mazmuni va uning bajarilishining nazorati.....	40
5.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini iqtisodiy tahlil qilishning ahamiyati va samaradorligining tahlili.....	42
6-Mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmalari	47
6.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmasi turlari.....	47

6.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli.....	50
6.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarini soliqqa tortish, ulardan olinadigan soliq turlari va soliq imtiyozlari	51
7-Mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik sub'yektlarida ishlab chiqarish xarajatlari va mahsulot tannarxi tahlili.....	54
7.1. Ishlab chiqarish xarajatlarining mohiyati, tarkibi, turkumlani-shi va tahlili.....	54
7.2. Mahsulotni tannarxi va uni hisoblash usullari.....	56
7.3. Mahsulotni tannarxining tahlili va uni pasaytirish imkoniyat-lari.....	58
8-Mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik sub'yektlarining moliyaviy faoliyati tahlili.....	63
8.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining moliya-viy faoliyati ko'rsatkichlarini hisoblash va ularni tahlil qilish.....	63
8.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyalashtirish man-balari va kredit bilan taminlash masalalari.....	67
8.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tizimida foyda haj-mi va rentabellik darajasini hisoblash va tahlil qilish usullari.....	69
9-Mavzu. Tadbirkorlik etikasi va madaniyati.....	74
9.1. Tadbirkor rahbar etikasi.....	74
9.2. Tadbirkor madaniyati.....	76
9.3. Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyat-lari.....	80
10-Mavzu. Kichik biznes va tadbirkorlik sub'yektlarining eksport salohiyatini baholash.....	85
10.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida eksportning hozirgi holati va tahlili.....	85
10.2. Eksportyor korxonalarining davlat tomonidan qo'llab-quvvat-lanishi.....	89
10.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirish.....	92
11-Mavzu. O'zbekistonda Kichik biznes va xususiy tadbirkor-likni rivojlantirish istiqbollari.....	103
11.1. O'zbekistonda Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivoj-lantirishning Davlat dasturi.....	103
11.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni milliy iqtisodiyot-ning turli sektorlarida rivojlanishi.....	105
11.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi.....	112
Tavsiya etilayotgan adabiyotlar	114

*Ishbilarmon, mardlik va shijoat sohibi, azmi
qatiy tadbirkor va hushyor bir kishi ming-minglab
tadbirsiz, loqayd kishilardam yaxshidir*
Amir Temur.

KIRISH

O'zbekiston Respublikasi taraqqiyotini jahonning rivojlangan mamlakatlari darajasiga olib chiqish uchun qo'yilgan talablarga to'liq javob beradigan bilimli, tajribali va sifatli kadrlar tayyorlash masalasi mamlakatimiz oldida turgan eng dolzarb muommolardandir. Bu muommoni o'z vaqtida samarali hal qilish uchun tayyorlanadigan kadrlarni (talabalarni) birinchi navbatda o'quv - uslubiy adabiyotlar bilan etarli darajada ta'minlash maqsadga muvofiqdir. Jumladan, yangi pedagogik texnologiya usulini qo'llash asosida tayyorlangan ma'ruzalar kursi ham o'z nazariy va amaliy yordamini beradi.

Ushbu ma'ruza kursi mamlakatimiz va xorijda bo'layotgan iqtisodiy yangilik va taraqqiyotlarni hisobga olgan holda tayyorlangan bo'lib, talabalarga bilim berishda muhim ta'lim vositasi bo'lib hizmat qiladi. Ma'ruza matnlari bilan talabalarni ta'minlash ularning bilimini mustahkamlashda va fanni o'zlashtirish darajasini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Zaruriyatdan kelib chiqqan holda 5230900-Buxgalteriya hisobi va audit (tarmoqlar bo'yicha) talim yo'nalishi bo'yicha o'qiyotgan talabalar uchun hamda 5429100-Fermer xo'jaliklarini boshqarish va yuritish, Qishloq xo'jalik menejmenti, noiqtisodiyot fakultetlari bakalavrlari, magistrarlari, lisey, kollej o'quvchilari va tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchilar ham foydalanishlari mumkin bo'lgan "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik" fani bo'yicha ma'ruzalar kursi tayyorlandi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subektlarida mavjud bo'lgan tabiiy, moddiy, mehnat va moliyaviy resurslardan samarali foydalanish imkoniyatlarini aniqlashda va hayotga jalb etishda hamda aholi bandligini ta'minlashda muhim ahamiyatga egadir. Uni bevosita amalga

oshirish uchun har bir mutaxassis yahshi va puxta yegallab olishi zarur. Shundagina u kelajakda o'z faoliyatida iqtisodiy samara beradi. Shu talablar hisobga olinib, "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik" fani institut ilmiy kengashining qarori bilan o'quv jarayoniga talaba tanlovi tariqasida kiritilgan. Ushbu fanga tasdiqlangan o'quv rejada ma'ruza uchun 18 soat, amaliy mashg'ulot uchun 20 soat, mustaqil ish uchun 22 soat, jami bo'lib 60 soat miqdorida o'quv yuklama ko'zda tutilgan. O'quv jarayoniga bunday yondashish talabalarning Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik fanini puxta o'rganishiga va nazariy-amaliy bilimni oshirishda yordam beradi.

1-mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning mohiyati va mazmuni

Darsning maqsadi. Darsning maqsadi bo'lib, Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning mohiyati, iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari. maqsadi va vazifalari, Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyotda tutgan o'rni. davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishining mazmun mohiyatini yoritish va ularni talabalarga o'rgatish hisoblanadi.

Tushunchalar va tayanch iboralar. Kichik biznes. Tadbirkorlik. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy asoslari. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining ijtimoiy asoslari. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining huquqiy asoslari. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi. "Barkamol avlod yili" Davlat dasturi.

Ma'ruzani o'tish metodi. Ma'ruza "Bilaman. Bilishni xohlayman. Bilib oldim va aqliy hujum" metodini qo'llash orqali o'tiladi.

Asosiy savollar

- 1.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tushunchalari mohiyati, maqsadi va vazifalari
- 1.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiyotda tutgan o'rni va ularning rivojlanish asosiy qishloqlari.
- 1.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi

Asosiy o'quv materiallari qisqacha bayoni.

1.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tushunchalari mohiyati, maqsadi va vazifalari

Tadbirkorlik million dollarlar sonini emas, balki baxtli kishilarni sonini ko'paytirish uchun ixtiro qilingan

B. Charlz

Bozor iqtisodiyotida biznes va xususiy tadbirkorlik erkinligining ta'minlanganligi iqtisodiy rivojlanishning muhim sharti hisoblanadi. Shu boisdan biznes va tadbirkorlik funksiyasi, nazariyasi iqtisodiy nazariya fanida muhim o'rin tutadi. XVIII asrdayoq **Fransuz iqtisodchisi R. Kantiolon**, XIX asrda nemis klassik maktabi vakillaridan **I. Tyunen** va **G. Mangolf** hamda **amerikalik iqtisodchi F. Nayt** tadbirkorlik va tadbirkorlik faoliyatining xususiyatlarini tadqiq etganlar. **R. Kantiolon tadbirkorlikning muhim xususiyati risk ekanligini asoslab bergan.** Uning fikricha tadbirkorni oldindan ko'ra bilish qobiliyatiga ega bo'lgan va risk qilishga qodir bo'lgan,

kelajakka intiluvchi, daromad olishdan umidvor bo'lgan va shu bilan birga yo'qotish va zarar ko'rishga ham tayyor bo'lgan har qanday shaxs deb ta'riflagan.

XVIII - XIX asrlarda ijod qilgan **R. Kantilon, Y. Tyunen, F. Kene, A.Smit, J.B. Sey** iqtisodchi olimlar tadbirkorlikni va biznes, shuningdek, tadbirkor va mulkdor tushunchalarini aynan bir xil ma'noda izohlaganlar. **Y. Shumpeter** tadbirkor faoliyatining quyidagi maqsadli motivlarni ko'rsatib bergan: -- xukmronlik, hokimiyat va ta'sir doirasiga ega bo'lish extiyoji; - g'alabaga erishish ishtiyoqi, o'z-o'zini va raqiblarini yengishga intilish; - ijod quvonchi.

O'zbek olimlaridan **I.E.Tursunov, A.B.Qurbonov, F.F. Mamatovlar** quyidagicha ta'rif berishadi: biznes va tadbirkorlik bir-biri bilan uzviy bog'liq; bo'lib, bir xil ijtimoiy - iqtisodiy asoslarga va tamoyillarga ega tushunchalardir.

"O'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to'g'risida"gi qonunda tadbirkorlikka quyidagicha ta'rif berilgan: "Tadbirkorlik - mulkchilik sub'yektlarining foyda olish maqsadida tavakkal qilib va mulkiy javobgarlik asosida, amaldagi qonunlar doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko'rsatishidir".

O'zbekiston Respublikasining "Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida"gi qonun asosida biznes va tadbirkorlik faoliyati tartibga solinadi. Ushbu konunda ta'riflanishicha "tadbirkorlik (tadbirkorlik faoliyati) - yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan mulkiy mas'uliyat ostida, mavjud qonunlar doirasida, daromad (foйда) olish maqsadida, tahlika bilan amalga oshiriladigan iqtisodiy faoliyatdir". Bu ta'rif ayni paytda biznesning ham mohiyatini ochib beradigan ta'rifdir.

Tadbirkorlik bu o'z mohiyatiga ko'ra inson faoliyatining ko'p qirrali sohasi bo'lib, u yangilikni yaratish bilan bog'liq va san'at turi kabi ijodiy jarayondir.

Tadbirkorlikning mohiyatini, uning harakat va imkoniyatlari doirasini yaxshiroq tushunib olish uchun, uning mohiyati va iqtisodiyotdagi roliga bo'lgan qarashlar tizimi rivojini tashkiliy, siyosiy - iqtisodiy va ijtimoiy-psixologik jihatlar nuqtai nazaridan umumlashgan holda tahlil qilamiz.

O'zbek olimlaridan A.O'lmasov va N.To'xliyevning tadbirkorlikni "daromad keltiradigan yoki naf beradigan xo'jalik faoliyati (kasb-kor, mashg'ulot) sohibkorlik-tijorat ishlari bilan shug'ullanish, pul topish maqsadida biror ish bilan band bo'lish", "...tadbirkorlik - pul topish maqsadida mas'uliyatni zimmaga olgan holda biron iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanish", deb ta'riflashgan.

Tadbirkor, ishbilarmon, biznesmenning ma'naviy-ma'rifiy saviyasi, bilim va tajribasi, boshqa shaxsiy xususiyatlari, qobiliyatlari, imkoniyatlari va ishga

doir sifatlari tadbirkorlikning harakatlantiruvchi kuchi bo'ladi. **Tadbirkorning ishga doir sifatlari quyidagi tamoyillarga asoslanishi kerak:** -birinchidan, bozorning tovar va xizmatlar bilan ta'minlanish darajasini tahlil qilish yo'li bilan iqtisodiy xo'jalik tizimida o'z o'rnini topishi; -ikkinchidan, shaxsiy ishlab chiqarish tuzulmasini yaratishga tayyorlik qobiliyati; -uchinchidan, marketing tadqiqotlari natijalaridan kelib chiqqan holda, dastlabki tadbirkorlik hisob-kitoblarini amalga oshirishi; -to'rtinchidan, tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishda rahbarlikni to'g'ri yo'lga qo'yish qobiliyati; -beshinchidan, yangi texnik, texnologik g'oyani birinchi bo'lib hayotga tatbiq etish hamda ushbu g'oyadan amalda foydalanish, undan qanday yakuniy natija, mahsulot yoki xizmatlar olish mumkinligini tasavvur eta olishi.

Tadbirkorlik nazariyasining asoschisi **Y. Shumpeter uchta asosiy motivni ajratgan:** -birinchidan, hokimlik qilish, hukmronlik, ta'sir qilishga ehtiyoj;

- ikkinchidan, aniq harakatlarni bajarish orqali erishish yehtimoli bo'lgan g'alabaga iroda, muvaffaqiyat sari harakat; -uchinchidan, mustaqil ish faoliyati beruvchi ijodkorlik quvonchi.

Ammo, Y. Shumpeter tomonidan taklif etilgan motivlashtirish nazariyasi g'arbiy mamlakatlar tadbirkorlarining fikrlash uslubini aks ettiradi. Tadbirkorlikning tarixiy tomirlariga ega O'zbekistonda tadbirkorlikning zamonaviy haqiqatlarga asoslangan o'z motivi bo'lishi kerak. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyati bir qator o'ziga xos alomat va xususiyatlar bilan birga bo'ladi. Mamlakatimizda tadbirkorlikni motivlashtirish xususiyatlari quyidagi alomatlarga ega: -o'z salohiyatini amalga oshirishga harakat qilish;

- eng muhim, ijtimoiy va iqtisodiy samara keltiruvchi g'oyalarni amalga oshirish istagi; -to'rachilik tuzulmalari bilan bog'liqlikdan qochish, harakatlar erkinligi va faoliyat yuritish jarayonida mustaqil bo'lish; -qiziqarli ish bilan mustaqil va erkin shug'ullanish; -o'zining ijtimoiy maqomi va obrusini oshirishga intilish hamda o'ziga va o'z yaqinlariga munosib turmush sharoitlarini ta'minlash.

«**Tadbirkorlik**» tushunchasi tadbirkorning ensiklopedik lug'atida quyidagicha ta'riflanadi:

Tadbirkorlik – (ingl. interprise) shaxsiy daromad, foyda olishga qaratilgan fuqarolarning mustaqil faoliyati. Bu faoliyat o'z nomidan, o'z mulkiy mas'uliyati va yuridik shaxsning yuridik mas'uliyati evaziga amalga oshiriladi. Tadbirkor (frn. yentrepeneur) qonun tomonidan ta'qiqlanmagan barcha xo'jalik faoliyati, shu jumladan, vositachilik, sotish, sotib olish, maslahat berish, qimmatbaho qog'ozlar bilan ish olib borish bilan shug'ullanishi mumkin.

Bizning fikrimizcha: Tadbirkor - bu mulkchilikning turli shakllarida mehnat qilayotgan kishilarga nisbatan o'zining ilmiy-amaliy salohiyoti, ongli mehnati, asosli va ishonchli tavakkalchiligi, yaratuvchanlik qobiliyatiga egaligi, tabiat, jamiyat va iqtisodiy qonunlardan to'g'ri foydalana oladigan,

texnologik va iqtisodiy, moliyaviy, siyosiy, ma'naviy-ma'rifiy, ekologik dunyoqarashni o'zida mujassamlashtirgan, boshqalarga qaraganda ustunlikka erishib kelayotgan zamon kutgan kishidir

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, bugungi kunda tadbirkorlik, ishbilarmonlik va biznes yo'nalishlarini infratuzulma sohalarida, tarmoqlarida ko'proq tashkil qilish maqsadga muvofiq deb bilamiz.

1.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining ijtimoiy, iqtisodiy va huquqiy asoslari

Tadbirkorlikni shakllantirish uchun ijtimoiy, iqtisodiy va huquqiy asoslari yaratilishi kerak. Iqtisodiy sharoitlarga quyidagilar kiradi: tovarga bo'lgan talab va taklif; xaridor sotib olishi uchun tovar turlarining mavjudligi; xaridor sotib olishi uchun zarur pul hajmining mavjudligi; ishchilarning maoshiga, ya'ni sotib olish imkoniyatiga ta'sir ko'rsatuvchi ishchi o'rinlari, ishchi kuchlarining ortiqchaligi yoki etishmovchiligi.

Pul resurslarining mavjudligi va ulardan foydalanish imkoniyatlari, kiritilgan kapitaldan olinayotgan daromad miqdori va o'z ishbilarmonlik operatsiyalarini moliyalashtirish uchun olinishi mo'ljallangan kredit miqdori iqtisodiy sharoitga ta'sir etadi.

Bu ishlar bilan bozor infratuzulmasini tashkil etgan turli tashkilotlar shug'ullanadi. Tadbirkorlar shunday tashkilotlar bilan aloqa o'rnatib, tijorat operatsiyalarini amalga oshiradi. Moliya xizmatini ko'rsatuvchi banklar, xomashyo, materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, yoqilg'i, energiya, mashina va uskunalar, instrumentlar bilan ta'minlovchilar; tovarni xaridorga yetkazuvchi ulgurji va chakana savdogarlar; kasbiy, yuridik buxgalteriya xizmatlari, vositachilik xizmatini ko'rsatuvchi firma va korxonalar; ishchilar kuchini yollashda yordam beruvchi ishga joylash agentliklari; ishchi va mutaxassis xizmatchilarni tayyorlayotgan o'quv yurtlari; reklama, transport, sug'urta agentliklari; aloqa va axborotni uzatish vositalari ushbu tashkilotlar tizimini tashkil etadi.

Tadbirkorlikning shakllanishi ijtimoiy va iqtisodiy sharoit bilan chambarchas bog'liq. Tadbirkorlik shakllanishining iqtisodiy sharoitiga ijtimoiy sharoit yaqin turadi. Ijtimoiy sharoit, avvalo, xaridorlarning didi va modaga javob bera oladigan tovarlarni sotib olishga intilishi bilan belgilanadi. Turli bosqichlarda ushbu talab o'zgarib turishi mumkin. Bunga ijtimoiy-madaniy muhitga bog'liq axloqiy va diniy me'yorlar jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Ushbu me'yorlar xaridorlarning turmush tarziga va u orqali tovarlarga talabiga bevosita ta'sir etadi. Ijtimoiy sharoit shaxsning ishga munosabatiga o'z ta'sirini o'tkazadi, bu esa, o'z navbatida, biznes taklif etayotgan maoshning miqdoriga, mehnat sharoitiga munosabatiga ta'sir etadi.

Tadbirkorlik faoliyatining shakllanishida ishbilarmon xodimlarni tayyor-

lash, qayta tayyorlash, malakasini oshirish masalalarini hal etish muhim ahamiyatga ega. Buning uchun tadbirkorlik faoliyatini yuritishning zamonaviy uslublarini o'rganishni tashkil etish, xodimlarni o'qitish va qayta o'qitish, ularni rivojlangan mamlakatlarga malaka oshirish uchun yuborish, ishbilarni o'qitish uchun o'qituvchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash ishlarini tashkil etish, tadbirkorlik sektori uchun xodimlarni tanlash qarab maslahat markazlarini ochish kerak. O'zbekiston Respublikasining 2012 yil 26 aprel, O'RQ-327-son bilan qabul qilingan «Oilaviy tadbirkorlik to'g'risida» gi Qonuni (7 bob, 35ta moddadan iborat) ham oilalar uchun bu sohada qonuniy asosini yaratib berdi.

2013 yil 9 aprelda qabul qilingan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Xususiy tadbirkorlik, kichik va o'rta biznesni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish chora - tadbirlari to'g'risida"gi Farmoniga ko'ra mulkchilik shakllaridan qat'iy nazar biznes sub'yektlari mikrofirmalar, kichik, o'rta va yirik korxonalar bo'lingan. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2003 yil 30 avgustda qabul qilgan "O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998 yil 9 apreldagi "Xususiy tadbirkorlik, kichik va o'rta biznesni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoniga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish haqida"gi Farmoniga ko'ra 2004 yil 1 yanvardan boshlab kichik biznes sub'yektlarini mikrofirmalar va kichik korxonalar bo'lingan (1.1.1-jadval).

1.1.1-jadval.

O'zbekistonda kichik biznes sub'yektlarini ta'riflashni qabul qilingan mezonlari (ishlovchilar soni, kishi)

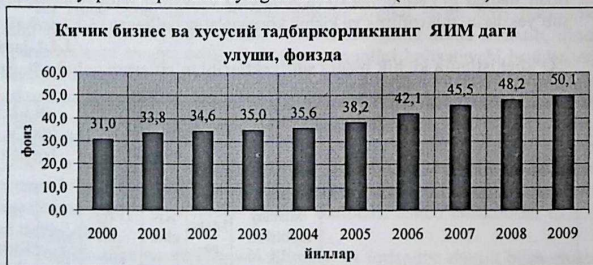
Tarmoqlar	21.12. 1995 y. boshlab	09.04.1998 y. boshlab			01.02. 2004 y. boshlab	
	Kichik va xususiy tadbirkorlik sub'yektlariga	Makro-firma	Kichik korxonalar	O'rta korxonalar	Mikro-firma	Kichik korxonalar
Yengil va oziq - sanoat, metallga ishlov berish va asbobsozlik, yog'ochni, qayta ishlash, mebel sanoati va qurilish materiallari sanoati	50	10	40	100	20	1100
Mashinasozlik, metallurgiya, yoqilg'i-energetika va kimyo sanoati, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlash	50	10	40	50	20	150

Qurilishda	50	5	20		10	150
Qishloq xo'jaligida va ishlab chi-qarish sohasining boshqa tarmoq-larida	25	5	20	30	20	150
Fan va ilmiy xizmat ko'rsatishda	10	5	10	20	10	125
Ulgurji savdoda	5	5	10	20	5	125
Chakana savdoda, umumiy ovqatlanish	5	5	10	20	5	125

1.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiyotda tutgan o'rni va ularning rivojlanishini asosiy yo'nalishlari.

Inqirozga qarshi choralar dasturida iqtisodiy o'sishni ta'minlash, yangi ish o'rinlarini tashkil qilish, bandlik muammosini hal etish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishda tobora muhim o'rin tutayotgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish, rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlashga alohida e'tibor qaratildi.

Birinchi navbatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik davlat tomonidan doimiy qo'llab-quvvatlanayotgani samarasidir (1.3.1-rasm).



1.3.1-rasm.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining kengayishi iqtisodiyotning boshqa soha va tarmoqlari ishlab chiqarish hajmidagi salmog'ining oshishi orqali ham namoyon bo'ldi. Xususan, mazkur sohaning sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishdagi ulushi 2000 yildagi 12,9 foizdan 31,1 foizga yetdi.

Tadbirkorlikning muhim xususiyatlariga quyidagilar kirishini e'tibordan qoldirmaslik zaruriydir, ya'ni: xo'jalik faoliyati olib borayotgan sub'yektlarning mustaqilligi va erkin tadbirkorlik, ishbilarmonlik, biznes bilan

shug'ullanish hamda moliyaviy jihatdan baquvvat bo'lish uchun bizlar tavsiya etayotgan quyidagi sakkiz xislat va xususiyatni o'zlashtirib olish maqsadga muvofiq deb bilamiz: 1) ma'naviy-ma'rifiy yetuk bo'lishni maqsad deb bilish; 2) erta tongda uyg'onishni odatiyligini ta'minlash; 3) ma'noli fikrlash va omma oldida ishonchli nutq bilan chiqish san'atini egallash; 4) har bir yo'nalishdagi natijaviy holatlarni alohida-alohida tahlil qilish qobiliyatini qo'lga kiritish va uni takomillashtirish; 5) bilmaganini aqlidrok va farosatli bo'lgan holda boshqalardan so'rab o'rganish; 6) nazariy-amaliy bilim va tajribalarni hamda shu sohaning olimlari tomonidan berilayotgan ilmiy-amaliy tavsiyalarini jamlab, kelajakdagi maqsadga erishish uchun mualliflar bilan birgalikda hayotga joriy etishni rejalashtirish va bosqichma-bosqich amalga oshirib borish; 7) bajariladigan ishlarda sarf-xarajatlarni imkon darajasida ilmiy- amaliy tavsiyalar asosida qisqartirish; 8) doimiy ravishda kunlik hisob-kitobni to'g'ri yuritish va uni rasmiylashtirib boorish, ya'ni, tyemir daftarga yozib borish.

Bulardan tashqari, avlodlar tomonidan ijtimoiy, iqtisodiy-moliyaviy jihatdan baquvvat bo'lishda quyidagi yetti xazinani tavsiya etishegan, ularga e'tiborni qaratish ham yaxshi natijalarni beradi. Ular quyidagilardir: 1) tovuq; 2) sigir; 3) o'rmon; 4) suv tegirmoni; 5) moy juvoz; 6) ipak qurti; 7) asalari.

Respublikamiz va ayrim viloyatlar misolida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yalpi ichki mahsulotdagi ulushining dinamikasi hamda uning iqtisodiy samaradorligini oshirishdagi o'rni ochib berishga harakat qilamiz. Agar kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 2000 - yilda 31,0 foiz bo'lgan bo'lsa, 2010-yilda 52,5 foiz; 2011-yilda 54,0 foiz; 2012- yilda 54,6 foiz, 2013- yilda 55,8 foiz va 2014 -yilda esa 56,0 foizni tashkil qildi. Mamlakatimiz YaIM tarkibida, ya'ni iqtisodiyotimizga kiritilgan investisiyalar miqdorini foizdagi dinamikasini yillar davomida keltirsak, u quyidagicha bo'ldi: 2000-yilda 15,4 foiz bo'lgan bo'lsa, 2010- yilda 28,5 foiz; 2011-yilda 31,9 foiz; 2012 -yilda 35,3 foiz, 2013- yilda 32,7 foiz va 2014- yilda esa 30 foizni tashkil qildi.

YaIM ishlab chiqarishida mehnatga yaroqli aholining **bandlik darajasi dinamikasi** quyidagicha: 2000- yilda 49,7 foiz bo'lgan bo'lsa, 2010-yilda 74,3 foiz; 2011 yilda 75,1 foiz; 2012- yilda 75,6 foiz, 2013- yilda esa 76,7 foiz va 2014- yilda 76,5 foizni tashkil qildi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiyotda tutgan o'rni va ularning rivojlanishining asosiy yo'nalishlari ta'minlash uchun birinchidan: joylarda shu soha bilan shug'ullanuvchilarni vaqti-vaqti bilan malakasini oshirishga pedagog-olimlarni jalb etish maqsadga muvofiqdir. Ikkinchidan: oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish va takomillashtirishga, ularning ishlab

chiqarish, qayta ishlash, mahsulotlarni iste'molchilarga yetkazish xizmatlari faoliyatini deversifikatsiya qilish; Uchinchidan: aholi bandligini ta'minlashda ma'naviy va moliyaviy qo'llab-quvvatlashni doimiy ravishda amalga oshirish talab etiladi.

Nazorat savol va topshiriqlar

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tushunchalari
2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishining mazmunini tushuntiring
3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ulushi 2010-2014- yillarda sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishda, qishloq xo'jaligida....

Mustaqil ish topshiriqlari.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishida bir kichik korxonada misolida uni rasmiylashtirish hujjatlarini tuzib bering va tushuntiring.

Tavsiya etiladigan qo'shimcha adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni "Ishbilarmonlik muhitini yanada tubdan yaxshilash va tadbirkorlikka yanada keng erkinlik berish chora-tadbirlari to'g'risida" Toshkent- 2012- yil 18- iyul kuni chiqdi, 8 ta banddan iborat.

2-mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining turlari va shakllari

Dars o'quv maqsadi. Dars o'quv maqsadi bo'lib, Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining turlari va shakllarining mazmun-mohiyatini bayon qilish va ularni talabalarga o'rgatish hisoblanadi.

Tushunchalar va tayanch iboralar. Ishlab chiqarish tadbirkorligi. Innovatsion tadbirkorlik. Ilmiy texnik tadbirkorlik. Tijorat tadbirkorligi. Moliyaviy tadbirkorlik. Yakka tartibdagi tadbirkorlik. Xususiy tadbirkorlik. Jamoa tadbirkorligi. Aksiyadorlik jamiyati. Korporatsiya. Holding kompaniya. Davlat korxonalari. Konsern. Kooperativ.

Ma'ruzani o'tish metodi. Ma'ruza "Bilaman. Bilishni xohlayman. Bilib oldim va aqliy hujum" usulini (metodini) qo'llash orqali o'tiladi.

Asosiy savollar

- 2.1. Tadbirkorlik turlari.
- 2.2. Tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish bo'yicha tadbirkorlik
- 2.3. Tadbirkorlik shakllari.

Asosiy o'quv materiallari qisqacha bayoni

2.1 Tadbirkorlik turlari

Tadbirkorlik faoliyati turlari xilma-xildir. Faoliyat maqsadi, turi va qishloqlariga qarab tadbirkorlik faoliyatining ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy va konsalting turlarini ajratish mumkin. Qayd etilgan ushbu tadbirkorlik faoliyatining har bir turi kichik turlarga bo'linadi. Mavjud tadbirkorlik faoliyati turlarini chizma shaklida quyidagicha ifoda etish mumkin (2.1.1-rasm).

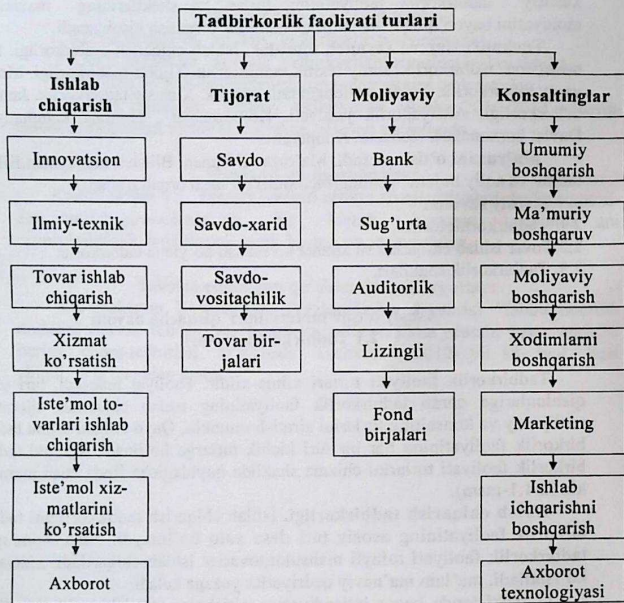
Ishlab chiqarish tadbirkorligi. Ishlab chiqarish tadbirkorligini tadbirkorlik faoliyatining asosiy turi desa xato bo'lmaydi. Zero, bunday tadbirkorlik faoliyati tufayli mahsulot, tovarlar ishlab chiqariladi, xizmat ko'rsatiladi, ma'lum ma'naviy qadriyatlar yuzaga keladi.

O'zbekistonda bozor iqtisodiyotiga o'tishning dastlabki yillarida **tijorat tadbirkorligi** yaxshi rivojlandi. Agar ishlab chiqarish korxonasi samaradorligining 10-12% ini tashkil etadi, tijorat faoliyati esa bu ko'rsatkichni yana 20-30%ga oshiradi.

Moliyaviy tadbirkorlik, tadbirkorlik sohasining alohida olingan turiga kiradi. Uning faoliyat sohasi qiymatlarning almashinishi va almashtirilishidan iborat. Moliyaviy faoliyat ishlab chiqarish, tijorat sohasini ham qamrab olishi mumkin. Shuningdek, moliyaviy tadbirkorlik mustaqil bank va sug'urta muassasalari shaklida ham faoliyat yuritadi.

Moliyaviy bitim tadbirkorlik faoliyatining ilgari turlariga nisbatan kam-

roq samara beradi. Bu ko'rsatkich 5-10 % ni tashkil etadi. Keyingi vaqtda O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining konsalting (maslahat) turi rivojlanmoqda. Bu tadbirkorlik turi ko'p ko'rinishlardan iborat bo'lib, kelajakda yaxshi rivojlanib ketishiga jahon iqtisodiyoti taraqqiyoti guvohlik beradi.



2.1.1-rasm. Tadbirkorlik faoliyati turlari tarkibi

2.2. Tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish bo'yicha tadbirkorlik

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

Innovatsion, ilmiy-texnik faoliyat, tovarlarni bevosita ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish va shu sohadagi axborot bilan ishlash faoli-

yati ishlab chiqarish tadbirkorligiga kiradi. Ishlab chiqarish bilan shug'ullanmoqchi bo'lgan har bir ishbilarmon tadbirkorlik faoliyatining qaysi turi bilan shug'ullanishi, qanday mahsulot ishlab chiqarishi, qanday xizmat ko'rsatishini oldindan belgilab olishi lozim. Shu ish amalga oshgandan keyin tadbirkor marketing bilan shug'ullanadi. U tovarga talabni bilish maqsadida tovarning potensial iste'molchilari, xaridorlari, ulgurji va chakana savdo bilan shug'ullanuvchi tashkilotlar bilan aloqa qiladi. Mahsulotni sotish, biror-bir ishni bajarish, xaridorga, iste'molchiga xizmat ko'rsatish va ma'lum hajmda foyda olish tadbirkor ishlab chiqarish faoliyatining natijasidir. Tadbirkorning umumiy moliyaviy bahosini rentabellik ko'rsatkichi belgilaydi. U sof foydaning jami xarajatlarga nisbati shaklida aniqlanadi.

Birgina sabzavot mahsulotlari 2014 -yilda 16,3 foizga, poliz 16,6 foizga, meva 21 foizga, yangi bog' va uzumzorlar maydoni ikki barobarga ko'payib, intensiv bog'lar maydoni 14 ming gektarga yetdi. Uzumzorlar 23 ming gektar, 6 million ko'chat xorijdan keltirildi. 2014-yilda xalqimizning real daromadlari mustaqillikning dastlabki yillaridagi 10,6 foizdan 52 foizga o'sdi. MDH mamlakatlari ichida bu ko'rsatkich eng yuqoridir. Oilalar daromadlari tarkibi o'zgarimoqda – tadbirkorlikdan olinayotgan daromadlar aholi yalpi daromadlarining yarmidan ziyodini tashkil etmoqda. Bu ham Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligi mamlakatlarida bu ko'rsatkich o'rtacha 20-25 foizdan oshmaydi. 2014 -yilda ushbu sektorda faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarining umumiy soni 2013 - yil oxiriga kelib 190 mingtaga, 2014- yil yakuniga kelib 195 mingtaga yetdi. 2014-yilda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yo'nalishiga ajratilgan kreditlar miqdori 2013- yilga nisbatan 30 foizga oshib 9 trillion so'mni tashkil qildi. Mikrokreditlar miqdori esa 39 foizga oshib 2 trillion so'm bo'ldi. Ya'ni oxirgi besh yilda mikrokreditlar miqdori besh barobarga oshdi. 2014 -yilda aholining bandlik darajasi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida 480 mingta yangi ish o'rinlari tashkil qilindi va mehnatga yaroqli aholining 76,5 foizi bugungi kunda ushbu sohada mehnat qilishmoqda. Birgina 2013- yilda Samarqand viloyati sabzavotchilik sohasining tadbirkorlari olgan foyda so'mmasi 53 trillion 873 million so'mni tashkil etdi, jumladan, Bulung'ur tuman sabzavotkorlari 10 trillion 833 million so'm, Tayloq tumani sabzavotkorlari 9 trillion 621 million so'm, Samarqand tumani 9 trillion 213 million so'm foyda olishdilar. Tadbirkorlarning sabzavotchilikda erishgan iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlarini rentabellik darajasi ko'rsatkichi orqali tahlil etamiz.

2013- yilda Samarqand viloyati sabzavotchilikda 36,6 foiz rentabellik darajasiga erishdi. Jumladan Bulung'ur tuman sabzavotkorlari 35,1 foiz, Tayloq tumani sabzavotkorlari 38,9 foiz, Samarqand tumanida 39,7 foiz bo'ldi. Iqtisodiy tahlillar shuni ko'rsatadiki, Samarqand tumani sab-

zavotkorlari 3,1 punktga, Tayloq tumani 2,3 punktga viloyat ko'rsatkichidan yuqori rentabellik darajasiga erishgan bo'lsada, Bulung'ur tumanida 1,5 punktga viloyat ko'rsatkichidan past bo'ldi.

2.3. Tadbirkorlik shakllari.

Tadbirkorlik mulk shakllariga ko'ra davlat, nodavlat, shu jumladan, xususiy, aralash shakllarda namoyon bo'ladi. Nodavlat shakllariga xususiy - yakka va xususiy - jamoa tadbirkorligi kiradi. O'z navbatida xususiy - yakka tadbirkorlik sub'yektining o'z mehnatiga va yollanma mehnatga asoslangan bo'ladi. Xususiy - jamoa tadbirkorlikka sheriklik, paychilik jamoalari, aksiyadorlik jamiyatlari kiradi. Aralash tadbirkorlik qo'shma, aralash va ijara korxonalari shaklida namoyon bo'ladi.

Uyushish darajasiga ko'ra, yakka tartibdagi va jamoa tadbirkorlik shakllari mavjud. Yakka tartibdagi tadbirkorlikka yakka tartibda mehnat faoliyati bilan shug'ullanuvchi, o'z mehnatiga, xususiy va yollanma mehnatga asoslangan xususiy tadbirkorlik, oilaviy korxonalar kiradi.

Tadbirkorlikning jamoa shakliga davlat, shirkat, sheriklik, paychilik, mehnat jamoasi korxonalari, aksiyadorlik jamiyatlari va hokozolar kiradi.

Faoliyat sohasiga ko'ra, tadbirkorlik ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, tijorat ishi va tijoratda vositachilik qilish shakllariga ega bo'ladi. Tadbirkorlik korxonasida ish bilan band bo'lgan xodimlar miqdoriga ko'ra kichik, yirik tadbirkorlik shakllarida o'z ifodasini topadi.

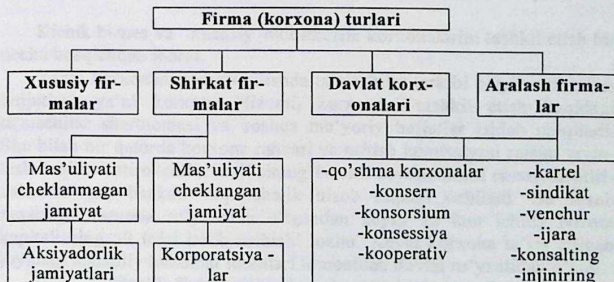
Yuqoridagilardan kelib chiqib, aytish mumkinki kichik tadbirkorlik ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega. O'zbekiston Respublikasida «Tadbirkorlik to'g'risida»gi qonunning 5-moddasiga binoan tadbirkorlikning quyidagi shakllari mavjud: - yakka tartibdagi tadbirkorlik; - xususiy tadbirkorlik; - jamoa tadbirkorligi; - aralash tadbirkorlik.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning eng oddiy shakli bo'lib, uni tashkil qilish tartibi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995 -yil 14- fevraldagi qarori bilan tasdiqlangan «O'zbekiston Respublikasida xususiy tadbirkorlik to'g'risidagi Nizom» bilan belgilanadi. Ushbu nizomga muvofiq yakka tadbirkor o'z faoliyatini yuridik shaxs tashkil qilmay amalga oshirishi mumkin. Yakka tartibdagi tadbirkorlik o'z navbatida ikki turga bo'linadi: - shaxsiy tadbirkorlik; - birgalikdagi tadbirkorlik.

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

Ushbu qonunning 16-moddasiga binoan birgalikdagi tadbirkorlikka quyidagilar kiradi: - er-xotinning umumiy mol-mulki negizida amalga oshiriladigan oilaviy tadbirkorlik; - dehqon xo'jaligining umumiy birgalikdagi mulki negizida amalga oshiriladigan dehqon xo'jaligi; - o'zlariga umumiy ulushi mulk huquqida tegishli bo'lgan umumiy mulk negizida yakka tartibdagi tadbirkorlikni amalga oshiradigan shirkat xo'jaligi.

Yuridik shaxs tashkil qilmay, o'z faoliyatini amalga oshiradigan tadbirkor sifatida ro'yxatdan o'tkazilgan jismoniy shaxsga davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi haqidagi guvohnoma beriladi va u jismoniy shaxslarni ro'yxatdan o'tkazish reyestrda qayd qilinadi. Ushbu guvohnoma bankda hisob-kitob varag'i ochish, soliq organlaridan ro'yxatdan o'tish, muhr va boshqa rekvizitlarni tayyorlash uchun asos hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasida «Xususiy tadbirkorlik to'g'risidagi Nizom»da xususiy tadbirkorlik faoliyatiga quyidagicha ta'rif berilgan: **Xususiy tadbirkorlik** fuqarolar (alohida fuqaro) tomonidan o'z tavakkalchiliklari va mulkiy javobgarliklari ostida, shaxsiy daromad (foyda) olish maqsadida amaldagi qonunchilik asosida amalga oshiriladigan tashabbuskor xo'jalik faoliyatidir. **Jamoa tadbirkorligi** bir guruh fuqarolarning o'zlariga ma'qul bo'lgan mulkchilik shakllarida jamoalarga birlashib, jamoa korxonalarini tashkil etishlari va shu asosda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishlaridir. **Xususiy firma deganda** ayrim shaxs yoki oilaga tegishli, yakka xususiy mulkka asoslanib faoliyat yuritadigan korxonatushuniladi. Firmalarning turlari juda ko'p, ularni chizmada quyidagicha tasvirlash mumkin (2.3.1-rasm).



2.3.1-rasm. Firma (korxonalar) larning turlari

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

Shirkat firmalarining ikki turi mavjud:

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

Nazorat savol va topshiriqlar

1- Innovatsion tadbirkorlik deganda nima tushuniladi? Tushuntiring.

2- Tijorat tadbirkorligining mazmuni nimadan iborat?

3- Yakka tartibdagi va xususiy tadbirkorlik shakllarining mazmunini bayon qiling

4- Tadbirkorlikning quyidagi:- yakka tartibdagi tadbirkorlik; - xususiy tadbirkorlik; - jamoa tadbirkorligi; - aralash tadbirkorlik shakllaridan qaysi birini tanlagan bo'lardingiz?

Mustaqil ish topshiriqlari.

Siz tanlagan tadbirkorlik shaklida tumaningiz, shahringizda faoliyat ko'rsatib kelayotgan bir kichik tadbirkorlik sub'yekti misolida uning faoliyatini iqtisodiy tahlil qilib bering va talabalar ilmiy to'garagida ma'ruza bilan chiqing.

Tavsiya etiladigan qo'shimcha adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili" davlat dasturi to'g'risidagi PQ-1474-sonli Qarori 7 fevral 2011- yil .

3-mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va boshqarish

Dars o'quv maqsadi. Dars o'quv maqsadi bo'lib, Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibini, ularga litsenziya berish va litsenziyani bekor qilish tartibini, ular boshqaruvining tashkiliy tuzilmalari va boshqarish usullarini- qarorlar qabul qilish jarayonlarining mazmun-mohiyatini. bayon qilish va ularni talabalarga o'rgatish hisoblanadi.

Tushunchalar va tayanch iboralar. Litsenziya. Litsenziya berish. Litsenziyani bekor qilish. Litsenziya berish muddatlari Boshqaruv tashkiliy tuzilmalari. Boshqaruv usullari. Boshqaruv qarorlari

Ma'ruzani o'tish metodi. Ma'ruza "Bilaman. Bilishni xohlayman. Bilib oldim va aqliy hujum" metodini qo'llash orqali o'tiladi.

Asosiy savollar

3.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi

3.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalariga litsenziya berish va bekor qilish tartibi.

3.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini boshqaruvining tashkiliy tuzilmalari va boshqarish usullari

Asosiy o'quv materiallari qisqacha bayoni

3.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish bir necha bosqichdan iborat.

Yangi korxonani tashkil qilishda ta'sischilar tarkibi belgilanib, ta'sis hujjatlari, ya'ni korxonani Nizomi, korxonani tashkil etish haqidagi ta'sischilar shartnomasi va boshqa me'yoriy hujjatlar ishlab chiqiladi. Shu bilan bir qatorda korxonani rahbari va taftish komissiyasi raisini tayinlash haqida ishtirokchilar majlisining 1-sonli bayonnomasi rasmiylashtiriladi. So'ngra bankda vaqtincha hisob raqami ochiladi. Bu hisob raqamiga korxonani ro'yxatdan o'tgandan keyin 30 kun ichida Nizom kapitali-ning 50 foizi kelib tushishi lozim. Keyin korxonani ta'sis etilgan joyidagi mahalliy hukumat idoralari tomonidan davlat ro'yxatidan o'tadi.

Birja, auditorlik firmalari va chet el sarmoyasiga ega korxonalar esa O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligida ro'yxatdan o'tadi. Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ro'yxatdan o'tkazuvchi vakolatli or-

ganlarga quyidagi hujjatlar taqdim etiladi:

- korxonani ro'yxatdan o'tkazish to'g'risida ta'sischilarning arizasi;
- notarial idoralari tomonidan tasdiqlangan ikki nusxadagi ta'sis hujjatlari (korxonani Nizomi, korxonaning ta'sis shartnomasi);
- korxonani manzilini tasdiqlovchi hujjat;
- davlat bojini to'laganligi to'g'risida bankdan berilgan hujjat;
- hokimiyatning vakolatli organlari tomonidan korxonaning nomlanishi to'g'risida berilgan guvohnoma;
- muhr va tamg'aning uch nusxadagi namunasi.

Korxonani mahalliy hokimiyat va boshqaruv idoralariga zarur hujjatlarni ilova qilib, **ariza topshirgan paytdan boshlab, 7-ish kundan 30- ish kunigacha bo'lgan muddatda davlat ro'yxatidan o'tkazilishi kerak.** Korxonaning davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi ma'lumotlar O'zbekiston Respublikasi yagona davlat reyestriga kiritish uchun 10 kun muddat ichida Davlat statistika qo'mitasiga xabar qilinadi. Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazilgan kundan boshlab tashkil etilgan hisoblanadi.

Davlat ro'yxatidan o'tkazilgan korxonaga: hokimiyatning korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi qaroridan ko'chirma nusxasi, hokimiyat ro'yxatidan o'tkazilgan va tasdiqlangan korxonani Nizomi hamda korxonaning ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi davlat orderi topshiriladi.

Davlat ro'yxatidan o'tkazilgan va tadbirkorlik faoliyatiga ruxsat etilgandan so'ng korxonani rahbariyati:

- dumaloq muhr va tamg'aga buyurtma berishi;
- bankda hisob varag'i ochishi;
- soliq inspeksiyasidan ro'yxatdan o'tkazishi;
- aholini ijtimoiy himoyalash fondidan ro'yxatdan o'tkazishi;
- bandlik markazidan ro'yxatdan o'tkazishi kerak.

Dumaloq muhr va tamg'ani tayyorlatishga buyurtma berishdan oldin korxonani rahbari korxonani joylashgan tumandagi ichki ishlar bo'limi, korxonaning ro'yxatdan o'tkazilganligi haqidagi hokimiyat qaroridan ko'chirma, hokimiyat tasdiqlagan ikki nusxadagi muhr va tamg'a chizmalarini taqdim etishi kerak.

Ichki ishlar bo'limi ruxsatni alohida xat ko'rinishida beradi. Chizmalar esa kerakli yozuvlar bilan ma'qullanadi va muhr bilan tasdiqlanadi. Bankda hisob raqami ochish uchun quyidagi hujjatlar taqdim etiladi:

- korxonani rahbarining arizasi;
- hokimiyat tasdiqlagan ta'sis hujjatlari;

- notarius tasdiqlagan imzo namunalari;
- muhr va tamg'a bilan tasdiqlangan kartochkalar;
- hokimiyatning mahalliy kengashi korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi haqidagi qaroridan ko'chirma yoki notarius tasdiqlagan ma'lumotnoma;

- soliq organidan ro'yxatdan o'tganligi haqidagi ma'lumotnoma.

Shundan so'ng bank muassasasi arizachiga hisob raqami ochadi, uning raqamini korxonaga nizomining asl nusxasiga yozadi va bosh hisobchining imzosi qo'yilib, bankning gerbli muhri bosiladi.

Davlat ro'yxatidan o'tgandan keyin barcha tabdirkorlik sub'yektlari soliq organiga ro'yxat (identifikatsiya) raqami olish uchun davlat ro'yxatidan o'tgan vaqtdan e'tiboran 10 kun mobaynida murojaat etishlari lozim.

Soliq to'lovchining identifikatsiya raqami soliq to'lovchilar va yuridik shaxslarga soliq organi tomonidan xo'jalik yurituvchi sub'yektlarni ro'yxatdan o'tish shaklini to'ldirgan ma'lumotlar asosida beriladi.

Davlat soliq inspeksiyasida tadbirkorlik sub'yektlarini ro'yxatdan o'tkazish bir marta amalga oshiriladi va tadbirkorlik faoliyatini to'xtashi munosabati bilangina bekor qilinadi.

Tadbirkorlik sub'yektlari o'z identifikatsiya raqamini O'zbekiston Respublikasi Soliq Kodeksiga muvofiq qo'llaniladigan barcha hujjatlarda ko'rsatishi shart.

Yangi korxonani tashkil etishning yakunlovchi bosqichida ishtirokchilar o'z omonatlarini to'raligicha kiritadilar (ro'yxatdan o'tgandan keyin bir yildan kechikmaslik kerak), bankda doimiy hisob raqamini ochadilar, korxonaga tuman soliq inspeksiyasida ro'yxatga olinadi, o'zining dumaloq muhri va burchakli shtampiga ega bo'ladi. Shu vaqtdan boshlab, korxonaga mustaqil yuridik shaxs sifatida faoliyat yurita boshlaydi.

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishdagi ruxsat berish jarayonlarining qisqartirilishi va to'lovlarning optimallashtirilishi bilan bog'liq tadbirlar natijalarini quyidagi jadval orqali yaqqolroq ko'rish mumkin (3.1.2-jadval).

Jadvaldan ko'rinadiki, tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishda ruxsat berish jarayonlarini qisqartirish va to'lovlarni optimallashtirish tadbirlari sezilarli darajada amalga oshirilgan. Masalan, normativlar loyihalarining ekologik ekspertizasini o'tkazishga qarab to'lov miqdori 75 marta, ekologik ekspertiza qiymati 25 marta kamaytirilgan. Buning natijasida har bitta tadbirkorlik sub'yekti uchun o'z faoliyatini tashkil etishda umumiy holda 4207 ming so'm miqdorgacha mablag'larni tejash imkoniyati paydo bo'ldi

3.1.1-jadval

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishda ruxsat berish jarayonlarini qisqartirishi va to'lovlarning optimallashtirilishi

Ruxsat berish bilan bog'liq jarayonlar turlari	To'lov miqdori				To'lov miqdorining qisqarishi, foizda
	Avval amalda bo'lgan		Yangi kiritilgan		
	eng kam ish haqi miqdoriga qarab	so'mda*	eng kam ish haqi miqdoriga qarab	so'mda*	
Tadbirkorlik sub'yektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish	5	140200	2	56080	- 60
Bankda hisob raqamini ochish	1	28040	0,5	14020	- 50
Arxitektura-rejalashtirish topshiriqlarini ishlab chiqish	40	1120000	10	280400	- 75
Yer uchastkasini rasmiylashtirish	-	130000	-	58000	- 56
Ekologik ekspertiza	25	701400	1	28040	- 96
Loyiha-smeta hujjatlarini ekspertiza qilish	10	280400	3	84120	- 70
Qurilish davomida nazorat-ijro s'yomkalari o'tkazish	5	140200	3	84120	- 40
Normativlar loyihalarining ekologik ekspertizasini o'tkazish	75	2103000	1	28040	- 98,7
Gigiyenik sertifikatlar olish	10	280 400	3	84 120	- 70
Jami to'lovlar qiymati (litsenziya va ruxsatnomalar-siz)	-	5037660	-	830960	- 83,5

* Izoh: eng kam ish haqi miqdori to'lovlarni qisqartirishga oid me'yoriy hujjatlar qabul qilingan davrga tatbiqan olingan.

2009 yil davomida inventarizatsiya natijasida aniqlangan qariyb 2 mingta bo'sh bino kichik tadbirkorlik sub'yektlariga ijaraga berildi. Bunda binolarni ijaraga berish tariflari tadbirkorlik sub'yektlarining qayerda joylashgani va ularning faoliyat turiga qarab 3 barobardan 10 barobarga qadar kamaytirildi. Shuningdek, o'tgan davr mobaynida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari uchun quyidagi imtiyoz va qulayliklar yaratildi: - mahsulotlarning gigiyenik sertifikatini amal qilish muddati ilgari 3 yildan endilikda cheklanmagan muddatga o'tkazildi;

- fitosanitariya xulosalarini berish muddatlari qisqartirildi; - elektr va issiqlik tarmoqlariga ulanish uchun texnik shartlarni bajarish muddatlari 1 oydan 3 kungacha qisqartirildi; - binolarni turar joydan noturar joy toifasiga o'tkazish jarayoni soddalashtirildi; - davlat mulkidagi bo'sh binolar ijara haqlari 10 va undan ko'p barobargacha tushirilishi natijasida ularning 81 foizi (aniqlangan 3650 tadan 2939 tasi) tadbirkorlik sub'yektlariga ijaraga berildi; - tashqi reklamani joylashtirish tariflari o'rtacha 20 dan 30 foizgacha pasaytirildi hamda ayrim hududlarning qishloq joylarda haq olish bekor qilindi. Buning natijasida tashqi reklama beruvchi tadbirkorlarning ulushi 34 foizgacha oshdi; - tashqi reklamani joylashtirish qiymati Toshkent, Farg'ona, Jizzax, Namangan va Navoiy viloyatlarining qishloq joylari uchun 50 foizgacha pasaytirildi; - elektr energiyasining oldi-sotdi shartnomasida belgilangan hajmga nisbatan kam sarflanishi uchun jarimalar bekor qilindi va ortiqcha sarflash qariyb jarimalar 50 foizga qisqartirildi.

3.2. . Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalariga litsenziya berish va bekor qilish tartibi.

Tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bilan shug'ullanish uchun davlat tomonidan vakil qilingan organlardan litsenziya olgandan keyingina ijozat beriladi.

Litsenziya beruvchi organlar 3.2.1-jadvalda keltirilgan. Litsenziya korxonani boshqarishdan manfaatdor bo'lgan shaxsning ta'sis hujjatlari nusxasi ilova qilingan arizasiga qarab beriladi. Kerakli hujjatlar va ariza berilgandan so'ng, 30 kun ichida litsenziya berish haqida qaror qabul qilinadi. Agar litsenziya berish uchun kerakli qaror qabul qilishda ekspertiza talab qilinsa, bu ekspertizani vazifasi nazorat qilishdan iborat davlat organ-lari amalga oshiradi. Ekspertiza xulosasi olingandan so'ng, 15 kun mobaynida ariza va zarur hujjatlar topshirilgach, 60 kundan kechiktirmay, qaror qabul qilinadi. Bunda ekspertiza o'tkazish uchun ketgan xarajatlarni ariza beruvchi to'laydi.

Litsenziya ikki nusxada bo'lib, hujjat berishga javobgar shaxs tomonidan qo'l qo'yilib, berayotgan organing muhri bosilib, bir nusxada ariza beruvchiga topshiriladi.

Litsenziya beruvchi organlar

Litsenziya beruvchi organlar	Faoliyat turi
Vazirlar Mahkamasi	-raketa-kosmik majmui; -aloqa tizimlari; -qimmatbaho metallar; -qimmatbaho toshlar qazib olish; -qimmatbaho toshlar va mettallardan zargarlik buyumlari yasash; -havo taransporti va boshqa faoliyat turlari.
Adliya vazirligi	-yuridik shaxslarning yuridik faoliyat bilan shug'ullanishga, masalan, advokatlik maslahati, notarial idora va boshqalar.
Moliya vazirligi	-qimmatli qog'ozlarni chiqarish; -lotereya o'yinlarini o'tkazish va boshqalar.
Markaziy bank	-valyuta qiymatliklari bilan operatsiyalar o'tkazish; -tijorat banklari ochish va boshqalar.
Ichki ishlar vazirligi	-ovchilik va sport o'qotar qurollari va ularga o'q-dorilar ishlab chiqarish, tuzatish va sotish; -sovuq qurollar ishlab chiqarish va sotish; -tarkibida narkotik moddalar bo'lgan ekinlarni ekish, qayta ishlash va sotish; -narkotik moddalar tayyorlash, sotish va boshqalar.
Sog'liqni saqlash vazirligi	-farmakologik preparatlar ishlab chiqarish va sotish; -tibbiy xizmat ko'rsatish; -parfumeriya va kosmetika buyumlari, maishiy kimyo tovarlarini tayyorlash va boshqalar.
Xalq ta'limi, Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirliklari	-sog'lomlashtirish va bolalar, o'smirlar hamda yoshlar lagerlarini tashkil qilish; -xususiy o'quv muassasalarini ochish va boshqalar.
O'zbekiston pochta va telekommunikatsiyalar agentligi	Aloqa xizmatini ko'rsatish.

Litsenziyada quyidagilar ko'rsatilgan bo'ladi:

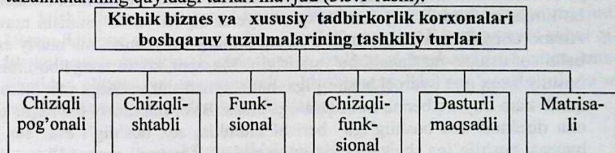
- litsenziya berayotgan muassasa nomi; - yuridik shaxsning nomi va manzili yoki tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirayotgan shaxsning ismi-sharifi, turar joyi; - litsenziya berilayotgan faoliyat turi; - faoliyatni amalga oshirish qoidalari va shart-sharoitlari; - litsenziyaning ro'yxat raqami, berilgan vaqti va muddati.

Agar tadbirkor ruxsat etilgan faoliyatni amalga oshirishda litsenziyada

belgilangan qonun-qoidalar yoki amaldagi qonunlarni buzsa, shuningdek aholi hayotiga xavf-xatar keltiruvchi faoliyat bilan shug'ullansa, u holda litsenziya bergan muassasa tadbirkorni litsenziyadan foydalanish huquqidan mahrum qilishga haqlidir. Agar tadbirkorlik faoliyati tugatilsa yoki tadbirkor litsenziyadan foydalanish huquqidan mahrum qilinsa, u holda litsenziya bergan muassasa litsenziyani bekor qiladi.

3.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzulmalari va boshqarish usullari

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari boshqaruvi tashkiliy tuzulmalarining quyidagi turlari mavjud (3.3.1-rasm).



3.3.1-rasm. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzulmasi

Chiziqli (pog'onali) tuzulma. Chiziqli (pog'onali) tarkib boshqaruv tarkibining eng sodda turi hisoblanadi. Bunda boshqaruvning hamma vazifalari korxonahabari qo'lida to'planib, barcha quyi rahbarlar va ishlab chiqarish yacheykalari unga bo'ysunadi. Har bir rahbar o'ziga ishonib topshirilgan bo'linma faoliyatini yakkaboshchilik asosida boshqaradi va zarur qarorlarni mustaqil ravishda qabul qiladi. Bo'ysunuvchi xodimlar faqat bevosita rahbarlarining farmoyishlarini bajaradilar. Yuqori turuvchi rahbar xodimlarga bevosita boshlig'ini «chetlab» murojaat qilmasligi kerak. Masalan, korxonahabari direktori sex boshlig'ini chetlab masterga buyruq bermasligi kerak.

Chiziqli-shtabli tuzulma. Chiziqli-shtabli tuzulma har bir chiziqli rahbar qoshida ixtisoslashgan xizmatchilar, maslahatchilar kengashi, ya'ni shtablar tuzish yo'li bilan tashkil etiladi. Shtablarning vazifasi har xil muammolarni o'rganish orqali rahbarlarga qaror qabul qilishda yordam berishdan iborat. Bunday shtablarga ehtiyojning paydo bo'lishiga sabab korxonalarda vazifalarning murakkabligidir. Chiziqli rahbarlar korxonaning bosh maqsadiga erishish yo'lidagi birlamchi vazifalarning bajarilishiga mas'ul bo'lsalar, shtabdagilar esa birlamchi vazifalarga tobe ikkilamchi vazifalarning bajarilishiga javobgardirlar. Ular maslaxat berish vazifasini bajaradilar. Chiziqli rahbarlarning asosiy vazifasi taklif etilgan ijobiy va salbiy maslahatlardan maqsadga muvofiqlarini aniqlash va uni qabul qilishdan iboratdir.

Funksional tuzulma. Funksional tuzulma tarkibi rahbarlar va tarkib

bo'g'larining boshqaruv faoliyatini ixtisoslashtirishga qaratilgan. Bunda har bir boshqaruv bo'g'iga muayyan vazifalar birlashtirib qo'yiladi. Boshqaruv apparatini funksional ixtisoslashtirish samaradorligini ancha oshiradi. Boshqaruvning hamma vazifalarini bajarishi lozim bo'lgan universal rahbarlar o'rniga o'z sohasini puxta biladigan, o'z shtatiga ega bo'lgan, o'ziga topshirilgan ish uchastkasi uchun javob beradigan mutaxassislar apparati paydo bo'ladi. Funksional bo'linmalar bevosita barcha quyi tarkib bo'linmalarining faoliyatini boshqaradi. Funksional boshqarish u yoki bu vazifa vakolatiga taaluqli tor doiradagi masalalar qarab quyi bosqichning organ va bo'linmalari faoliyatiga rahbarlikni ta'minlaydi. Masalan, korxonaning reja bo'limi sexlarning reja byurolariga rahbarlik qiladi. Bunda ham funksional bo'limlar rahbarlarining vertikal qarab iyerar-xiyasi va bo'ysunishi mavjud. Ammo chiziqli tarkibdan farqli o'laroq, bunday bo'ysunish ma'muriy emas, balki sof uslubiy maslahatli bo'ysunishdir. Masalan, korxonada reja bo'limining boshlig'i sex reja byurosi boshlig'iga, hatto aynan shu vazifaga doir masalaga qarab ham buyruq berish huquqiga ega emas. Biror ma'muriy buyruqni korxonada direktori sex boshlig'iga berishi mumkin, sex boshlig'i esa sex reja byurosi boshlig'iga shunday buyruq bera oladi. **Dasturli-maqсадli tuzulma.** Hozirgi zamon korxonalarining faoliyatidagi ko'pgina muammolarni hal etish gorizontal qarab kelishib olish va muvofiqlashtirishni talab etadi. Masalan, korxonada yangi xil mahsulot ishlab chiqarishga ko'chadigan bo'lsa: - materiallarini sarflashning yangi me'yorini ishlab chiqish; - mehnat me'yorlarini qayta ko'rib chiqish; - turli kasbdagi ishchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash; - yangi materiallarga ehtiyojni aniqlash; - yetkazib beruvchilar bilan aloqa o'rnatish; - yangi texnologiyalarni joriy etish va hokazolalar talab qilinadi. **Matrisali tuzulma.** Matrisali tarkib qarab boshqaruv ancha murakkab bo'lib, u mahsulotni nisbatan qisqa «umr» ko'radigan va tez-tez o'zgarib turadigan korxonalar tomonidan qo'llaniladi. Bu tarkib korxonada gorizontal aloqalarni yo'lga qo'yish va ularni zamonaviy kompyuterlar yordamida murakkab buyurtmalarini bajaruvchi turli korxonalar faoliyati bilan bog'lash, texnika sohasida yuqori malakali xizmat ko'rsatish va ekspertizani ta'minlashga qaratilgan. Ushbu tarkibni «tur» ko'rinishida tasavvur etish mumkin. U ikki turdagi tarkibning kombinatsiyasini ifodalaydi. Boshqaruvning matrisali tarkibining mohiyati shundaki, unda har bir xodim, ayni bir vaqtning o'zida, loyiha qarab boshqarish, shuningdek funksional organida xizmatda bo'ladi hamda ikki yoqlama bo'ysunadi. Bu tarkibning o'ziga yarasha afzalliklari bor. Bular quyidagilardir: - boshqaruv jarayonidagi (gorizontal) aloqalarning uzunligini keskin qisqartiradi va tartibga soladi; - qarorlar qabul qilishni tezlashtiradi va ularning mazmuni hamda natijalari uchun mas'uliyatni oshiradi; - korxonaning ichki va tashqi sharoitlariga ta'sir etuvchi omillarning o'zgarishiga tezda ko'nikma hosil qiladi va shunga mu-

vofiq ravishda amal qiladi; - chiziqli bo'ysunish vositasida bo'lim ichida byurokreatiyaga bo'lgan moyillikni bir qadar so'ndiradi va hokazo. Shu bilan bir qatorda, matrisali tarkibning ham ayrim kamchiliklari bor. Bular tarkibning murakkabligi va boshqaruv organlarining real vakolatiga ega emasligidir. Rahbarning boshqaruv uslubi deganda, boshqaruv jarayonida kelib chiqadigan muammolarini hal qilish usullari majmui tushuniladi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda rahbarlikning quyidagi boshqaruv uslublaridan foydalaniladi:

1. Xo'jalik ishlaridagi kamchiliklarga murosasiz bo'lish. 2. Jamoa va uning har bir xodimi to'g'risida qayg'urish. 3. Yuqori madaniyatli boshqaruvni tashkil etish. 4. Rahbarning yangilikni his etish qobiliyati.

Kichik biznes faoliyatini boshqarishning bir necha pog'onalari mavjud. Ularga ikki pog'onali, uch pog'onali va ko'p pog'onali boshqaruvni misol qilib ko'rsatish mumkin. Kichik biznes faoliyatini boshqarishda jahon amaliyotidan olingan va eng samaralisi hisoblangan ikki pog'onali usul, ya'ni rahbar-bajaruvchi usulidan keng foydalaniladi.

Mustaqil ish topshiriqlari.

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibini aytib bering.
2. Davlat reyestriga kiritish uchun bir xususiy sektorda faoliyat ko'rsatib kelayotgan qo'shma korxonaga haqidagi ma'lumotlarni yig'ish, tayyorlash va rasmiylashtirish hujjatlarini tayyorlang.
3. Korxonalariga litsenziya berish va bekor qilish tartibi qanday amalga oshiriladi.

Tavsiya etiladigan qo'shimcha adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasining "Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun ruxsat berish tartib-taomillari turlarni qisqartirilganligi hamda soddalashtirilganligi munosibati bilan O'zbekiston Respublikasining ayrim qonun hujjatlariga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish to'g'risida"gi qonuni. Xalq so'zi, 2006, 5- aprel.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik sub'yektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab yetganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish to'g'risida" Farmoni// Xalq so'zi, 2005, 15- iyun.

4-mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida marketing faoliyatini tashkil etish

Dars o'quv maqsadi. Dars o'quv maqsadi bo'lib, Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketingni, bozorni segmentlashni va reklama faoliyatini tashkil etish jarayonlarining mazmun- mohiyatini yoritish va ularni talabalarga o'rgatish hisoblanadi.

Tushunchalar va tayanch iboralar. Kichik biznes. Marketing. Bozor. Bozor segmentasiyasi. Tovar. Reklama. Marketing dasturi.

Ma'ruzani o'tish usuli (metodi). Ma'ruza "Bilaman. Bilishni xohlayman. Bilib oldim va aqliy hujum" usuli (metodi)ni qo'llash orqali o'tiladi.

Asosiy savollar

- 4.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketingni tashkil etish.
- 4.2. Tadbirkorlik faoliyatida bozorni segmentlashni tashkil etish
- 4.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati uchun marketing dasturini ishlab chiqish

Asosiy o'quv materiallari qisqacha bayoni

4.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketingni tashkil etish

Marketing elementlarining paydo bo'lishi XVII asrning o'rtalariga borib taqaladi. Bu davrgacha tovarlarni natural ayirboshlashning turli shakllari paydo bo'ladi, keyinchalik marketing faoliyatining birinchi elementlari, ya'ni reklama, narx, sotish kabilarning rivojlanishi kuzatildi.

Marketing tushunchasi bozor sohasini har qanday faoliyati bilan bog'liqdir, shu bois marketing so'zini tarjimasini va kelib chiqishi keltiriladi (ing. Market – bozor, ing – faol, faoliyat, harakat ma'nosini anglatadi).

Marketing nafaqat falsafa, fikrlash tarzi va iqtisodiy tafakkur qishloqi, ammo ayrim firma, kompaniya, tarmoq va butun iqtisodiyot qarab amaliyot faoliyati hamdir.

Talab – mavjud, potensial hamda xohish talabga bo'linadi.

Tovar – ehtiyoj yoki muhtojlikni qondira oladigan hamda bozorga e'tiborni tortish, sotib olish, ishlatish yoki iste'mol qilish maqsadida taklif etilgan barcha narsalardir.

Marketingning mohiyati iste'molchilar talabiga mos tovarni ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish hamda unga talab, ishlab chiqarish imkoniyatlarini mo'ljallashdan iborat. **Bunda faol marketingdan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi.** Bu xususda mamlakatimiz Prezidenti I. Karimov ta'kidlaganidek "...Keyingi vaqtda jahon bozorida narxi

keskin tushib ketgan xomashyo resurslarini eksport qilish amaliyotida imkon qadar tezroq qutilish, tayyor raqobatbardosh mahsulotlar eksportini faol oshirish va bu mahsulotlar yetkazib beriladigan mamlakatlar geografiyasini yanada kengaytirishimiz kerak. Bu borada yangi bozorlar, yangi transport yo'laklarini topish, bir so'z bilan aytganda, faol marketingga asoslangan tashqi iqtisodiy siyosat yuritish zarur"

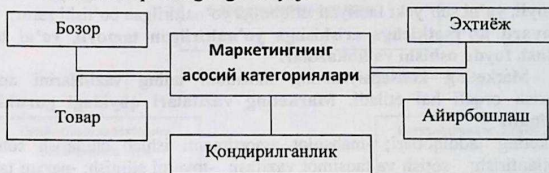
Talab bilan taklifning o'zaro ta'siri alohida shaxslar yoki guruhning xohish-ehtiyojlarini o'zluksiz qondirish jarayoni hisoblanadi. Bu jarayon o'z navbatida shunday ijtimoiy-iqtisodiy kategoriyalarning o'zaro ta'siriga asoslanadi, ya'ni ularga muhtojlik, ehtiyoj (xohish), talab, xarid qilish (ayirboshlash, bitim) va aniq tovar va xizmatlarning iste'moli (ishlatilishi) kiradi. Bu tushunchalar marketing tushunchasi, mohiyatini aniqlashga imkon beradi.

Quyida marketingning asosiy kategoriyalari berilgan (4.1.1-rasm).

Muhtojlik kishining biror-bir narsa etishmasligini his etishidir.

Ehtiyoj individ shaxsning madaniy darajasiga asosan maxsus shaklga muhtojlikdir.

Talab xarid quvvatiga ega ehtiyoj.



4.1.1-rasm. Marketingning asosiy kategoriyalari

Marketing falsafiy ma'noda fikrlash tarzini mujassamlashtiradi. Umuman, marketingga quyidagicha ta'rif berishimiz mumkin: **marketing ehtiyoj va muhtojlikni ayirboshlash orqali qondirishga qaratilgan inson faoliyati turidir.** Marketing vujudga kelishining asosiy sabablaridan biri ishlab chiqarish hajmining ortib borishi, yangi tarmoqlarning vujudga kelishi, tovar turlarining ko'payishi va tadbirkorlar o'rtasida mahsulotni sotish muammosining vujudga kelishidir.

Marketing asosida bozorni har tomonlama o'rganish segmentlarining asosiylaridan quyidagilarni ko'rsatib o'tish zarur: -talabni o'rganish; -bozor tarkibini aniqlash; -tovarni o'rganish; -raqobat sharoitlarini tadqiq qilish; -sotish shakli va uslublarini tahlil etish.

Marketing quyidagilarni o'rgatadi: -bozorni o'rganish; -uni taqsimlash; -tovarlarni joylashtirish; -marketing siyosatini olib borish; -tovar siyosati; -narx siyosati; -taqsimot siyosati; -siljitish (yo'naltirish) siyosati; -

yuksalish, qo'shimcha xizmatlarni (Plus) - (bunga marka, sotishdan keyingi xizmat, kafolat va texnik yordam, yetkazib berish, assortiment, shaxsiy iste'mol va boshqalarni kiritish mumkin). Marketing korxonalarining bozorda ishlash uslubi, bozor metodologiyasi bo'lib, iste'molchilar va ularning talab istaklarini o'rganish, ularga mos tovarlar yaratish, narx belgilash, tovarlarni yetkazib berish, taqdim etish, sotish, xizmat ko'rsatishni uyushtirish usullari, vositalari, tartib-qoidalari majmui hisoblanadi. Bularning hammasi birinchi asosiy maqsadga talab bilan taklifni o'zaro muvofiqlashtirishga xizmat qiladi.

Marketing tamoyillari marketing asosi va uning mohiyatini ochib beruvchi holat, talabdir. Marketingni mohiyati – tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish albatta iste'molchiga, talab ishlab chiqarish imkoniyatlarini doimo bozor talabiga mo'ljallashtirish iborat. Marketing mohiyatidan quyidagi asosiy tamoyillar kelib chiqadi. **Marketingning asosiy tamoyillari:** -bozorni bilish; -unga moslashish; -bozorga ta'sir o'tkazish.

Xulosa qilib aytganda, marketingning mohiyati va maqsadlaridan quyidagicha **asosiy tamoyillar kelib chiqadi:** -iste'molchilarga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni iste'molchi shohdir; -istiqbolga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni sub'yekt faoliyati istiqbolga yo'naltirilgan bo'lishi zarur; **pirovard ko'rsatkichga erishishga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni bozor hisssasi, foyda oshishi va hokazolar.**

Marketing konsepsiyasining mazmuni uning vazifalarini amalga oshirish orqali hal etiladi. **Marketing vazifalari quyidagi guruhlarga bo'linadi:**

marketing tadqiqotlari; -mahsulot assortimenti ishlab chiqarish sohasini rivojlantirish; -sotish va taqsimot vazifasi; -tovarni siljitish; -narxni tashkil etish vazifasi; -marketing-menejment vazifasi.

Marketing vazifalari firmaning boshqa vazifalari, ya'ni ishlab chiqarish, kadrlar, moddiy texnika ta'minoti, moliyaviy, buxgalteriya hisobi funksiyalari bilan birga amalga oshiriladi. Marketingning vazifalari xo'jalik yurituvchi sub'yektlarning boshqa vazifalaridan farqi shundan iboratki, marketing vazifalari xo'jalik yurituvchi sub'yektlar, uning iste'molchilari, mijozlari o'rtasida ayirboshlash jarayonini amalga oshirish va tashkil etishga qaratilgan. Shuning uchun ham marketing vazifalari doimo o'zgarib boradigan ehtiyoj hamda talabning shakllanishi, yaratilishi va rivojlanishiga ta'sir etadi.

4.2. Tadbirkorlik faoliyatida bozorni segmentlashni tashkil etish

Marketingni boshqaruv tizimida bozor segmentasiyasi muhim ahamiyatga ega va bozorda talabni o'rganish yoki marketologlar atamasi bilan aytganda *«iste'molchini tahlil etish»*- bozorlar holatini tahlil etishdagi bi-

rinchi bosqich hisoblanadi. U uch tarkibiy qismga bo'linadi: 1) bozor segmentasiyasi; 2) iste'molchi talabi sabablarini o'rganish; 3) qondirilmagan ehtiyojlarni aniqlash. Bozor segmentasiyasi talabni qondirishga tabaqalangan holda yondashuv, tovarlarning turi, sifati va miqdoriga ko'ra har xil talab qo'yadigan iste'molchilarni guruhlariga ajratishda turli mezonlar qo'llashga asoslanadi, ya'ni bozor bir jinsli hodisa tarzida emas, balki ayrim-ayrim segmentlar majmui tarzida, har bir segment doirasida alohida o'ziga xos bir talab namoyon bo'ladigan hodisa tarzida olib qarabadi.

Bozorda xaridorlarning ma'lum bir tovarga talablari xilma-xildir, har bir xaridorning o'z didi bor. Xaridorning talabi, xohishi, ehtiyoji, turmush tarzi, tovar sotib olishdagi xulq-atvori haqidagi ma'lumotlar samarali marketing tadbirlari ishlab chiqish va amalga oshirish imkoniyatlarini vujudga keltiradi. Ya'ni bozor segmentasiyasi xaridorlarning talabiga muvofiq tovarning taklif etilishi va tovarga talabning qat'iyligini ta'minlaydi.

Demak, xaridorlarning tovarlarni sotib olishdagi xulq-atvorlari, talabi va tovarlarga munosabatidagi xususiyatlariga qarab, guruhlariga ajratishni bozor segmentasiyasi deyiladi.



4.2.1-rasm. Bozorni segmentlash turlari

Segmentlarga ajratish mezonlarini tanlash ko'p jihatlardan tovar yoki xizmatning turiga, shuningdek korxonada bozor faoliyatida hal qilmoqchi bo'lgan masalaga bog'liq. Sanoat tovarlari va keng iste'mol tovarlari uchun tanlov mezonlari bir-biridan juda keskin farq qiladi. Rejalashtirish ehtiyojlariga juda mos keladigan maqbul mezon tovarni bozorda joylashtirish masalalariga umuman to'g'ri kelmasligi mumkin. Mabodo muayyan mezon xaridorlar o'rtasida paydo bo'lgan farqlarni izohlab berishga imkon bermasa, unda boshqa mezonni kiritish va to bu farqlarni ravshan aniqlashga qadar tadqiqotlarni davom ettirish lozim.

Bozorni segmentlash orqali, xo'jalik yurituvchi sub'yekt quyidagi maqsadlarni ko'zlaydi: - iste'molchilarni xohish va talabini maksimal ravishda hisobga olish; - tovarni (xizmatni) va xo'jalik yurituvchi sub'yektni raqobatbardoshligini ta'minlash; - xo'jalik yurituvchi sub'yekt xarajatlarini optimallashtirish; - xo'jalik yurituvchi sub'yektning marketing strategiyasi samaradorligini oshirish; - raqobatchilardan xolis bo'lgan segmentlarga ketish.

Segmentlashning asosiy maqsadi bozordagi xatti-harakatlarni o'rganib, ularning obrazini (modelini) va kelajakdagi ehtiyoj talablarni tasavvur qilishdan iborat. Hozirgi raqobatda yutib chiqishning asosiy sharti yangi, yuqori sifatli tovar va kompleks servis texnika xizmatlar hamda samarali sotish usullarini qo'llashdan iborat bo'lib qoldi. Ana shu talablar asosida marketing tadqiqotlarining ustuvor turi iste'molchilarni o'rganish va navbatida bozorni segmentlashdan boshlanadi, chunki bozor bir xil sub'yektlardan tashkil topgan emas.

Bozorni segmentlarga bo'lish xaridorlarning tovarga talablari va xaridorlar tavsiflari to'g'risidagi eng muvofiq bilimlarni talab qiladi. Quyidagi 4.2.1-rasmda bozorni segmentlash turlari berilgan. Makrosegmentlash bozorlarni hududlar, mamlakatlar qarab ularning sanoatlashuviga qarab bo'lishni ko'zda tutadi. Mikrosegmentlash esa bir mamlakat iste'molchilarini yanada batafsilroq mezonlarga qarab guruhlariga bo'ladi. Ichkarida segmentlashda segmentlash jarayoni keng iste'molchi guruhlari bilan boshlanib, keyin tovar yoki xizmatlarni oxirgi iste'molchilari klassifikatsiyasiga bog'liqligiga qarab bosqichma-bosqich chuqurlashadi. Chuqurda segmentlash tor iste'molchi guruhlari segmentlar bilan boshlanib, keyin tovarni ishlatish va qo'llanish sohasidan bog'liqligiga qarab kengaytirishni nazarda tutadi. Avvaldan segmentlash maksimal bozor segmentini o'rganishga mo'ljallangan marketing tadqiqoti-ning boshlang'ich bosqichidir. Yakuniy segmentlash bozor muhiti sharoitlari va firmaning o'z imkoniyatlarini tartibga solib o'tkazishdagi bozor tahlilini yakunlovchi bosqichidir.

Quyidagi rasmda bozorni segmentasiyalash mezonlari berilgan



4.2.2-rasm. Xaridorlarga qarab bozorni segmentasiyalash mezonlari

Bozor segmentasiyasining tamoyillari quyidagilardir:--geografik tamoyil; -psixografik tamoyil; -demografik tamoyil; -xulq-atvor tamoyili;-holat tamoyili.

Geografik tamoyil orqali bozorning joylashuvi, aholi soni va zichligi, tijorat faoliyatining tuzilishi, mintaqaviy rivojlanish dinamikasi, inflyatsiya darajasi, huquqiy cheklashlar hisobga olinadi.

Psixografik tamoyil natijasida hayot tarzi, shaxsning tipi, jamoat holati kabi hisobga olinib, turmush tarzi shaxsning o'z faoliyati, qiziqishlari, qat'iyati va e'tiqodlarida o'z aksini topadi. Shaxsning turi esa hayotdan mamnun, melanholik, o'zgalardek ish ko'ruvchi, o'z bilardon va boshqa hislatlarda bo'lishi mumkin.

Demografik tamoyillarda oilani soni va sifat tarkibi, oilaning hayotiylik davri bosqichi, daromadlilik darajasi, mashg'ulot turi, ma'lumoti, millati kabilar inobatga olinadi hamda bozor segmentasiyasining asosiy tamoyillaridan biri hisoblanadi. **Xulq-atvor tamoyili** orqali xarid qilishga yo'l, foydalanuvchi maqomi, iste'mol jadalligi, bog'lanib qolish darajasi, tovar haqida ma'lumot berish, tovarga bo'lgan munosabati hisobga olinadi. Segmentasiya jarayonining muhim bosqichi bozorning maqsadli segmentini tanlash

hisoblanadi. Maqsadli segmentni tanlash muammosi yetarli darajada murakkab bo'lib, uni hal etish uchun quyidagi ketma-ketlikda turishi tavsiya etiladi:

- segment o'lchami va uning o'zgarish (o'sish, kamayish) tezligini o'rnatish;
- segmentning jalb etuvchanlik tuzilishini tadqiq etish
- o'zlashtirayotgan segment maqsadi va tashkilot resurslarini aniqlash

4.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati uchun marketing dasturini ishlab chiqish

Tor ma'noda marketing dasturi (biznes reja) hujjat bo'lib, korxonaning bozorda aniq faoliyat ko'rsatish tamoyilini ifodalaydi. Marketing dasturi kengroq ma'noda esa korxonaning imkoniyatlarini bozor talablariga moslashtirishga yo'naltirilgan tahlil, rejalashtirish va nazorat qilish jarayoni deb qaradi. Marketing dasturlari qisqa muddatli (bir yilgacha), o'rta muddatli (5 yilgacha) va uzoq muddatli (10 yilgacha va undan ko'proq) bo'ladi. Ular umumiy shaklda yoki korxonaning maxsus faoliyatlariga mo'ljallangan bo'lishi mumkin.

Marketing dasturi bu korxonani umumxo'jalik faoliyatini direktiv rejasi-ni tuzish uchun strategik tavsiyanomadir va yuqori boshqarish bo'g'ini uchun qaror qabul qilish asosidir. Marketing dasturining asosiy mazmuni korxonani o'tgan davrdagi faoliyat natijalari bo'lib, unda maqsadli bozor rivojlanishining qisqa tahlili va bashorati, firma rivojlanishining asosiy maqsadi, bozordagi xulq-atvorining strategik yo'li, tovar, narx, sotish va rag'batlantirish siyosatlarining chora-tadbirlarini, marketing tadqiqotlari mazmuni, xarajatlar smetasi, marketing harakatlari samaradorligini oldindan baholash, marketing dasturini amalga oshirish qarab nazorat chora-tadbirlari va harakatlari beriladi. Marketing dasturi marketing kompleksi tadqiqotlari va firmaning imkoniyatlarini baholash asosida tuziladi. Dastur tavsiyali xarakterga ega bo'lsada, kompaniyani strategik rejalashtirishda zarur bosqich sifatida ko'riladi. Firmalar faoliyatining zamonaviy sharoitda marketing dasturi kompaniyaning yuqori boshqaruv bo'g'ini (joriy rejalashtirish, direktiv rejalar, strategik dasturlar, strategiyani tanlash) darajasida asoslanib, boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun zarurdir. Marketing dasturining strategik yo'nalishi bozordagi mavqeyi va korxonaning holatining bog'liqligiga ko'ra, o'z ichiga turli variantlarni oladi. Firma turli marketing dasturlarini ishlab chiqadi, qishloqiga qarab marketing dasturi yuqori va pastki bo'g'in uchun bo'lishi mumkin. Agar dastur yuqori bo'g'in uchun bo'lsa, u qisqa va aniq tuzilgan bo'lishi lozim. Chunki unda muhim tomonlari ajratib ko'rsatiladi, pastki bo'g'in uchun tuzilgan dasturlarda esa har bir savol yoritib beriladi. Muddatiga ko'ra, marketing dasturlari qisqa, o'rta va uzoq muddatli turlarga

bo'linadi. Qamrab olinayotgan vazifasiga ko'ra, oddiy yoki maqsadli dasturlarga bo'linadi. Oddiy marketing dasturlari firmaning ishlab chiqarish, sotish faoliyati bilan barcha masalalarni hal etishga yo'naltiriladi. Maqsadli dasturda esa yangi mahsulot ishlab chiqarish yoki segmentni o'zlashtirish, firma siyosatini rag'batlantirish samaradorligini oshirish kabi muhim vazifalarni amalga oshirishga qaratiladi. Quyidagi 4.3.1-rasm marketing dasturi majmui jarayoni keltirilmoqda.



4.3.1-rasm. Marketing dasturi majmui

Nazorat savol va topshiriqlar

- 1-Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketingni tashkil etish qanday amalga oshiriladi?.
- 2- Tadbirkorlik faoliyatida bozorni segmentlashni tashkil etish
- 3- Bozor segmentasiyasi deganda qanday tushunchaga egasiz?.

Mustaqil ish topshiriqlari.

- 1.Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati uchun ko'p variantlilik tamoyillaridan foydalanib, marketing dasturini 2-3 variantda ishlab chiqing.

Tavsiya etiladigan qo'shimcha adabiyotlar:

- 5..Sanaqulov Usmon, Mamaraimov Qo'ziboy "Amir temurning jahonshumul faoliyatidan lavhalar" ilmiy-ommabop risola Toshkent "Navro'z" nashriyoti, 2014

5-mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish

Dars o'quv maqsadi. Dars o'quv maqsadi bo'lib, Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish va iqtisodiy tahlil qilish usullari-ning mazmun-mohiyatini yoritish va ularni talabalarga o'rgatish hisoblanadi.

Tushunchalar va tayanch iboralar. Reja.Rejalashtirish.Biznes-reja. Iqtisodiy tahlil. Operativ tahlil.Strategik tahlil. Samaradorlik. Samaradorlik tahlili.

Ma'ruzani o'tish usuli (metodi). Ma'ruza «Bilaman. Bilishni xohlayman . Bilib oldim va aqliy hujum» usuli (metodi)ni qo'llash orqali o'tiladi.

Asosiy savollar

- 5.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vazifalari
- 5.2. Biznes-rejaning mohiyati, mazmuni va uning bajarilishining nazorati.
- 5.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini iqtisodiy tahlil qilishning ahamiyati va samaradorligining tahlili

Asosiy o'quv materiallari qisqacha bayoni

5.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vazifalari

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning "Yuksak ma'naviyat-yengilmas kuch" nomli asarining 70- sahifasini 1-xat boshida "... o'zining xususiy mulkiga ega bo'lgan shaxs va bunday shaxslardan tashkil topgan toifa o'zini va oilasini boqishga, shu bilan birga, orttirgan daromadi hisobidan o'z yaqinlari va muhtoj insonlarga beg'araz yordam ko'rsatish, el-yurt uchun xizmat qiladigan maktab, kasalxona, madaniyat va sport maskanlari barpo etish, bir so'z bilan aytadigan bo'lsak, davlat va jamiyat zimmasidagi ko'pgina vazifalarni amalga oshirishga o'z hissasini qo'shadi" –deyilgan.

«Kichik biznes bo'yicha qullanma» kitobining mualliflaridan biri bo'lmish Xustav Berl biznes-rejaga kuyidagicha tushuncha beradi: «Muvaffaqiyatni ta'minlaydigan biznesni rejalashtirish va amalga oshirish uchun baribir biznes-reja zarur bo'ladi. Keyingi yillarda biznesmenlar o'rtasida biznes-reja to'q'risidagi gaplar xuddi bir yangilik ixtiro qilingandek ko'payib ketdi. Uning o'zi nima? Bu o'zingizning biznesingiz yashashini asoslashdir, bu biznesingizning gullab-yashnab ketishi uchun tanlanadigan yo'l xaritasi, o'z korxonangizning ko'rilishi uchun zarur bo'lgan asosiy hujjat, shuningdek, bankdan kredit olish uchun imkoniyat yaratadigan kalitdir.

Hayotbaxsh, to'liq, ishonarli biznes-rejasiz Siz ishga ishqiboz sifatida. tasmollab va xatolarga yo'l quyib kirishasiz. Biznes- rejaga ega bo'lsangiz Siz professional, ya'pi o'z ishingizning ustasiga aylanasiz. Biznes-reja Sizni boylikka yetaklab boradi. Boylik Siz inkor qilmokchi bo'lgan muammolarni hal etadi. Lekin muammolarni yuzaga chiqarish, hal etish — bu hal qilib bo'lmaydigan ish emas, fakat qo'shimcha izlanishlar olib borish uchun, yangi bilimlar olish va yanada sinchkovlik bilan ishlash, to'la tashabbus va o'z iqtidoringiz yordamida masalani oxirigacha hal etmaguncha davom etadigan ishlarga ishoradir.

Biznes-reja nima uchun zarur? - yangi biznesni boshlash uchun; - o'z biznesingizni kengaytirish uchun; - uni boshqa shaxsga o'tkazish yoki sotish uchun; - ssuda olish uchun.

Ko'pincha oxirgi sababni muhim deb biladilar. Aslida bunday emas. Biznesingiz bilan bog'liq bo'lgan eng muhim narsa, ayniqsa, kimningdir pulini olish xohishida, bu - menejment. Qiskasi - bu Sizsiz. Ko'pgina tadbirkorlarni Biznes-rejani tuzish yo'lidagi dastlabki harakatlariga faqat birinchi sabab etaklab boradi.

Biznes-reja turli xil biznesmenlar, tadbirkorlar, korxonalar, firmalar yoki turli xil mulk shakllarida bo'lib turli xil xizmatlarni bajarish, har xil sifatdagi, hajmdagi, turlicha vaqtda maxsus ishlab chiqarishga xoxishi bo'lgan xodimlarga nisbatan tatbiq etiladi.

Biznes olamida tug'ilgan yangi fikrlarni, yangi xohishni o'z vaqtida saqlab qolib, uni haqiqatga aylantirish foydadan holi bo'lmaydi. Biznes sohasidagi yangi fikrlar miyaga har qanday sharoit va holatda kelishi mumkin. Masalan, nonushta vaqtida yoki samolyotda uchayotganingizda, ta'tilda, plyajda cho'milish vaqtida yoki muvaffaqiyatsizlikka uchraganda va hokazo.

Shundan so'ng, munozaralar, izlanishlar, o'z-o'zini tahlil qilish va boshqalardan so'rab-surishtirishlar jarayonida bu fikr kurtak otadi. Lekin bu kurtakning navda otib, meva berish uchun haddan tashqari faol ishlash talab etiladi.

Kurtakdan farqli ularoq yangi biznes tabiiy ravishda o'z-o'zidan rivojlanib ketavermaydi. Ko'pincha asoslanmagan yangi biznes o'nib chiqquncha nobud bo'lib ketadi. Amaliyotda yashab qolgan bizneslar miqdori 20% ni tashkil etadi. Yangi biznesning hayotini saqlab qolish imkoniyati o'z qo'lingizda - faqat biznes-rejani to'g'ri tayyorlash lozim. Biznes-reja eng boshidan qattiq, va ishonchli poydevorga o'rnatilishi zarur. Agar Siz shunday rejasiz ish boshlasangiz o'zingiz mo'ljallagan narsaga erisha olmay qolishingiz mumkin.

Dunyo amaliyoti, biznes-reja hamma uchun zarurligini ko'rsatadi. o'z loyihangizni amalga oshirish uchun kimdandir pul olmoqchi bo'lsangiz — bankirlar uchun, investorlar va o'zlarining kelajaklarini va va-

zifalarini aniq, bilmoqchi bo'lgan xodimlaringiz uchun, eng muhimi — Sizning o'zingiz uchun biznes-reja lozim bo'ladi. Sizning biznes-rejangiz qog'ozda biznesingizning o'tgan davrdagi, avvalgi holatini, hozirgi va kelgusi holatini qisqacha aks ettiradi. Endi boshlanayotgan biznesni rejalashtirishda rejaning eng asosiy maqsadi — biznesni sinchiklab rejalashtirish, uni moliyaviy va tashkiliy jihatdan ta'minlashdir. Biznes-reja — bu Sizning o'yingizning rejasi. U faoliyatingizning aniq maqsadi, yo'nalishi va asosiy bosqichlarini belgilab beradi.

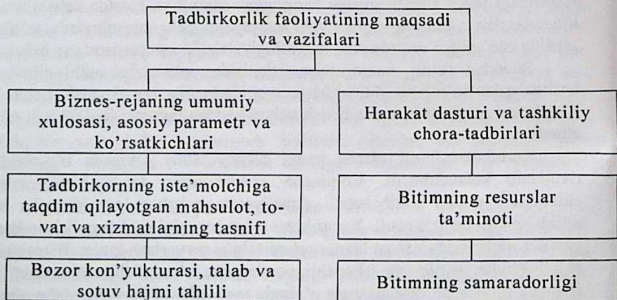
Biznes ishlari boshlangandan keyin olingan natijalar reja bilan solishtirib boriladi, muammolar bo'lsa, yuzaga chiqariladi, rejaga tuzatishlar kiritib boriladi, shu tariqa biznes to'g'ri yo'nalishga solinadi. Aks holda uni boshqarish qiyinlashib ketadi. Biznes reja ana shuning uchun ham zarur bo'ladi. Demak, biznes-reja hozirgi va kelgusidagi yutuqlarni, o'sishni aks ettiradigan biznes kuzgusidir.

5.2. Biznes-rejaning mohiyati, mazmuni va uning bajarilishining nazorati.

Korxonada faoliyatini muvaffaqiyatli olib borishda biznes-reja muhim rol o'ynaydi. Biznes-rejaning tuzilishi va mazmuni qat'iy chegaralanmagan. Fikrimizcha, yetti bo'limdan iborat biznes-reja eng maqbuldir (5.2.1-rasm).

Ushbu biznes-rejani batafsil ko'rib chiqamiz:

Birinchi bo'lim. Biznes-rejada «Tadbirkorlik faoliyatining maqsadi va vazifalari» markaziy o'rinni egallaydi.



5.2.1-rasm. Tadbirkorlik faoliyatining biznes-rejasi

Tadbirkorlik biznesining asosiy maqsadi foyda olishdir. Rejalashtirilayotgan bitimni amalga oshirish oldidan katta mablag' sarflash va shu

mablag' qancha foyda keltirishini hisoblab chiqish lozim. Bunda va umuman, biznes-reja tuzishda vaqt omilini doimo hisobga olish kerak. Boshqacha qilib aytganda, keladigan foyda vaqtga qarab qanday taqsimlanadi va inflyasiyaga nisbatan uning samaradorligi qanday bo'lishini hisoblab chiqish lozim.

Biznes-loyihani amalga oshirishdan avval shuni e'tiborga olish kerak-ki, olinadigan foyda omonat bankka qo'yilgan shu miqdordagi mablag' keltiradigan foizdan ko'p bo'lishini ta'minlashi lozim. Biznes-reja tuzuvchilarning diqqat markazida, markaziy, ustuvor masaladan tashqari, boshqa maqsad va vazifalar ham turishi kerak. Masalan, ijtimoiy maqsadlar, tadbirkorlik maqomini ko'tarish, maxsus maqsad va vazifalar, homiylik tadbirlari va boshqalar.

Ikkinchi bo'lim. «Biznes-rejaning umumiy xulosasi, asosiy parametrlar va ko'rsatkichlari» umumlashtiruvchi xususiyatga ega bo'lib, biznes-reja asosiy g'oya va mazmunining qisqacha ko'rinishidir. U rejani ishlab chiqish jarayonida yaratilib, aniqlanadi va biznes-rejani tuzgandan keyin yakunlanadi. Umumlashtiruvchi bo'limda quyidagilar taqdim etiladi: bosh maqsadning loyihasi (bitim); ishlab chiqariladigan mahsulot, tuzilayotgan reja yakunining qisqacha tavsifi va ularning o'zaro farqi; qo'yilgan maqsadlarga erishish yo'l va usullari; loyihani amalga oshirish muddatlari; uni amalga oshirish bilan bog'liq sarf-xarajalar; kutilayotgan samara va natija; olingan foydani qo'llash sohasi. Umumlashgan natija ko'rsatkichlari: umumiy yakunlovchi ko'rsatkichlar (ishlab chiqarish hajmlari, mahsulotning sotilishi, xizmatlarning ko'rsatilishi; sotishdan tushgan mablag'; shaxsiy va zayom sifatida olingan vositalar (samaradorlik); maxsus ko'rsatkichlar (sotilayotgan tovar va ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati, ularning o'ziga xos xususiyati, iste'molchilarning talabi va didini qoniqtirishi; qilingan xarajatlarning qoplanishi; tavakkalning past darajaliligi; rejalashtirilayotgan natijani olish kafolati).

Uchinchi bo'lim. «Tadbirkorning iste'molchiga taqdim qilayotgan mahsulot, tovar va xizmatlarning tavsifi» deb nomlanib, unda quyidagilar taqdim etiladi: tadbirkor ishlab chiqargan mahsulot ko'rsatkichlari yoki uning tavsifi: ta'rifi, modeli, sur'ati va boshqalar; ishbilarmon ishlab chiqargan tovar iste'molchilari va u qoniqtirmoqchi bo'lgan iste'mollar (xaridorning tovarni sotib olishga qodirligi haqida bashorat; tovar sotib oluvchi hudud, aholi guruhi, tashkilotlar haqida ma'lumot; tovarlarni ma'lum vaqt doirasida iste'mol qilishi haqida ma'lumot, tovarga nisbatan talabga ta'sir etuvchi omillar); ishlab chiqarilgan tovarning sotish narxini bashorat qilish.

To'rtinchi bo'lim. «Bozor kon'yunkturasi, talab va sotuv hajmining tahlili» bo'limida talabni o'rganish va narxlarni bashorat qilishning davomi bo'lib, bu bo'limda ishlab chiqarishning hajmi va tovarning sotilishi vaqt mobaynida belgilab beriladi. Biznes-rejani tayyorlash jarayonida bozorning tadqiqoti, tahlili va baholanishi bir tomondan, oldindan taxmin qilishga asoslansa, ikkinchi tomondan, bo'lajak xaridor yoki savdo tashkiloti bilan bo'lgan dastlabki bitimga tayanadi. Loyihalarning o'lchami va muddatiga

qarab, turli xil sharoitlar yuzaga keladi. Kichik va qisqa muddatli loyihalar amalga oshirilganda mahsulot iste'molchilari doirasini aniqlash mumkin. Bu esa, o'z navbatida, sotuv hajmi haqida xulosa chiqarish imkonini beradi. Bozorga tahliliy baho berish bilan birga, biznes-reja bozorni marketing va boshqa faoliyat turlari bilan jadallashtirish yo'llarini ham belgilab berishi lozim. Ushbu bo'limni ishlab chiqishda boshqa ishbiarmonlar mavjudligi, raqobatchilar, ularning imkoniyati va qobiliyati, shuningdek narx siyosatini bilish lozim. Bundan tashqari, biznes-rejaga raqobatni hisobga olgan holda tovarning sotilish hajmi kiritiladi. **Beshinchi bo'lim.** «Harakat dasturi va tashkiliy chora-tadbirlar» bo'lib, bu bo'limning mazmuni aksariyat hollarda tadbirkorlik turiga (ishlab chiqarish, tijorat, moliya) bog'liq. Ishbiarmonlik harakat dasturi quyidagilarni o'z ichiga oladi: a) marketing harakatlari (reklama, sotish bozorini aniqlash, iste'molchilar bilan aloqa bog'lash, ularning talabini hisobga olish); b) mahsulotni ishlab chiqarish; v) tovarlarni sotib olish, saqlash, tashish, sotish (asosan, tijorat tadbirkorligiga oid); g) tovarni sotish jarayoni va sotgandan keyin xaridorga xizmat ko'rsatish. Tashkiliy tadbirlar dasturiy harakat-larning uzviy qismi bo'lib, biznes-reja bajarilishining boshqaruv uslubi; loyiha boshqaruvining tashkiliy tuzulmalarini; ijro etuvchi harakatlarni muvofiqlashtirish uslubini qamrab oladi. Mehnat haqining maxsus shaklini o'rnatish, rag'batlantirish, kadrlarni tanlab olish, ularni tayyorlash, hisob, nazorat ishlari tashkiliy tadbirlarga kiradi. **Oltinchi bo'lim.** «Bitimning resursli ta'minoti». Bu bo'limda tadbirkorlik loyihasini amalga oshirish uchun zarur resurslar turi va hajmi, resurslarni olish manbai va uslubi haqida ma'lumotlar beriladi. Resursli ta'minot quyidagilarni qamrab oladi: moddiy resurslar (materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, xomashyo, energiya, inshootlar, asbob-uskunalar va boshqalar); mehnat resurslari; moliyaviy resurslar (joriy pul mablag'lari, kapital qo'yilmalar, kreditlar, qimmatbaho qog'ozlar); axborot resurslari (statistik, ilmiy-texnik axborot). **Yettinchi bo'lim.** «Bitimning samaradorligi». Bu bo'lim biznes-rejaning yakunlovchi qismi bo'lib, unda tadbirkorlik faoliyati samaradorligining umumiy tafsiloti beriladi. Samaradorlikning umumiy ko'rsatkichlari orasida foyda va rentabellik ko'rsatkichlari ustuvor mavqega ega. Bundan tashqari, ijtimoiy va ilmiy-texnikaviy samaradorlik (yangi ilmiy natijalarni qo'lga kiritish) ham hisobga olinadi. Ushbu bo'limda ishbiarmonlik faoliyatining uzoq muddatli faoliyatini tahlil qilish maqsadga muvofiqdir.

5.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini iqtisodiy tahlil qilishning ahamiyati va samaradorligining tahlili

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida ishlab chiqarish hajmi va xizmat ko'rsatish sohasining natijalarini ko'paytirish hamda ularning iqtisodiy samaradorligini oshirish imkoniyatlarini aniqlash nuqtai nazari-

dan ular faoliyatining natijalarini uzluksiz ravishda iqtisodiy tahlil qilib turish zarur.

Iqtisodiy tahlil o'z vaqtida samarali tashkil qilinsa, quyidagilar aniqlanadi: 1) faoliyatda qo'yilgan xato va kamchiliklar; 2) erishilgan yutuqlar; 3) xato va kamchiliklarni tuzatish hamda yutuqlarni yanada ko'paytirish, iqtisodiyotni mustahkamlash imkoniyatlari (rezervlar) aniqlanadi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari faoliyatining samaradorligi ko'rsatkichlar tizimi orqali ifodalanadi, tariflanadi ya'ni u mehnat unumdorligi, tannarx, foyda, rentabellik, fond qaytimi, materiallar sig'imi va boshqa ko'rsatkichlar bilan ifodalanadi, ta'riflanadi va tahlil qilinadi. Iqtisodiy tahlil samaradorlikning har bir ko'rsatkichi bo'yicha alohida-alohida amalga oshiriladi. Hisobot yilidagi samaradorlik ko'rsatkichini bazis yilidagi samaradorlik ko'rsatkichiga solishtirib, o'zgarishi, so'ngra ushbu o'zgarishga omillar ta'siri aniqlanadi, oqibatda samaradorlikni oshirish imkoniyatlari ko'rsatilib, ilmiy asoslangan xulosa qilinadi. Biz bu yerda **samaradorlikning tahlilini Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari faoliyatining asosiy ko'rsatkichlaridan biri bo'lgan mehnat unumdorligi mi-solida ko'rib chiqamiz** Tahlil fermer xo'jaligi bazasida amalga oshiriladi.

Hisobot yilidagi mehnat unumdorligi darajasini bazis yilidagi unumdorligi darajasiga (yoki rejadagi darajasiga) solishtirib, uning oshgan yoki kamayganligi aniqlanadi:

$$(X_1 : T_1) - (X_0 : T_0) = \pm \Delta_{TX}$$

bunda, T_0, T_1 – bazis va hisobot yillarida 1 gektar ekin maydoni (1 bosh mol) hisobiga sarf bo'lgan vaqt (kishi-soat, kishi-kuni hisobida);

H_0, H_1 – bazis va hisobot yillaridagi hosildorlik (mahsuldorlik) darajasi.

Δ_{TX} – ikki omil ta'sirida yuzaga kelgan mehnat unumdorligi o'zgarishini bildiradi.

Ushbu o'zgarish ikki omil hisobiga sodir bo'ladi:

1. 1 gektar ekin maydoni hisobiga (yoki 1 bosh mol hisobiga) sarf bo'lgan vaqtning o'zgarishi hisobiga ($T_1 - T_0$);

2. Hosildorlik (yoki mahsuldorlik) darajasining o'zgarishi hisobiga ($H_1 - X_0$).

Ushbu omillarning mehnat unumdorligi darajasining o'zgarishiga ta'sirini aniqlash uchun «Zanjirli bog'lanish» usulidan foydalandik.

Omillarning ta'sirini aniqlashdan oldin «Shartli mehnat unumdorligi» ko'rsatkichini aniqlash zarur. «**Shartli mehnat unumdorligi**» ko'rsatkichini aniqlash uchun bazis yilidagi hosildorlikni (mahsuldorlik-ni) (H_0) hisobot yilida 1 gektar ekin maydoni (1 bosh mol) hisobiga sarf bo'lgan vaqt miqdoriga (T_1) bo'lish kerak:

$$V_{sh} = X_0 : T_1$$

Shundan keyin mehnat unumdorligining o'zgarishiga omillar ta'sirini aniqlash mumkin.

Mehnat unumdorligi darajasining o'zgarishiga miqdoriy omilning, ya'ni 1 gektar ekin maydoni (1 bosh mol) hisobiga sarf bo'lgan vaqt (kishi-soat, kishi-kuni) o'zgarishining ta'sirini aniqlash uchun, shartli mehnat unumdorligi darajasidan bazis yilidagi mehnat unumdorligi darajasini chegirib tashlash kerak:

$$(X_0 : T_1) - (X_0 : T_0) = \pm \Delta_T$$

Mehnat unumdorligi darajasining o'zgarishiga sifatii omilning, ya'ni hosildorlik (mahsuldorlik) darajasi o'zgarishining ta'sirini aniqlash uchun hisobot yilidagi mehnat unumdorligi ko'rsatkichidan shartli mehnat unumdorligi ko'rsatkichini chegirib tashlash kerak:

$$(X_1 : T_1) - (X_0 : T_1) = \pm \Delta_X$$

Shu ikki omil ta'sirlarining yig'indisi har doim mehnat unumdorligi darajasining umumiy o'zgarishiga teng kelishi shart.

Endi, paxta etishtirish bo'yicha mehnat unumdorligi tahlilini 5.3.1-jadvaldagi ma'lumotlar asosida fermer xo'jaligi misolida ko'rib chiqamiz.

5.3.1-jadval

Paxtachilikda mehnat unumdorligi bevosita ko'rsatkichi dinamikasi o'zgarishining omilli tahlili.

T.r	Ko'rsatkichlar	Bazis yili	Hisobot yilidagi 1 ga mehnat sarfi va bazis yilidagi hosildorlik bo'yicha	Hisobot yili	o'zgarishi (+,-)
	1 gektar ekin maydoni hisobiga qilingan mehnat sarfi (kishi-soat hisobida)	866	822	822	+44
	Hosildorligi, (s/ga)	22,5	22,5	23,9	+ 1,4
5.	1 kishi-soat hisobiga etishtirilgan paxta, kg	2,60	2,74	2,91	+ 0,31
	Shu jumladan o'zgarishi omillar hisobiga:				
	a) 1 gektar hisobiga qilingan mehnat sarfi miqdorining o'zgarishi hisobiga	x	x	x	+ 0,14
	b) hosildorlik darajasining o'zgarishi hisobiga	x	x	x	+ 0,17

Mehnat unumdorligi bevosita ko'rsatkichlarining 2 va 3 turlarining tahlili ham yuqorida keltirilgan usul bo'yicha amalga oshiriladi. Shuning

uchun ularga to'xtalmadik. Endi, mehnat unumdorligining bilvosita ko'rsatkichi asosida uning tahliliga to'xtalamiz.

Mehnat unumdorligining bilvosita ko'rsatkichiga ta'sir qiluvchi omillar bo'lib, uning bevosita ko'rsatkichining o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar hisoblanadi. Ushbu omillarning mehnat unumdorligining o'zgarishiga ta'sirini aniqlashda «indeks» usulidan foydalanamiz.

Omillingar ta'sirini aniqlaganga qadar mehnat sarfining quyidagi 3 ta bilvosita bog'lanish ko'rsatkichi hisoblab olinadi:

1. Bazis yilidagi mehnat sarfi ko'rsatkichi: $t_0 = T_0 : X_0$

2. Shartli mehnat sarfi ko'rsatkichi. Bu ko'rsatkichni aniqlash uchun hisobot yilidagi 1 gektar ekin maydoni hisobiga qilingan mehnat sarfi miqdorini (T_1) bazis yilidagi ekin hosildorligiga (H_0) bo'lish kerak.

$$t_w = T_1 : X_0$$

3. Hisobot yilidagi mehnat sarfi ko'rsatkichi. $t_1 = T_1 : X_1$

Shundan keyin mehnat unumdorligi o'zgarishini omilli tahlil qilish mumkin. Bazis yilida mahsulot birligi uchun sarf bo'lgan mehnat vaqtini (kishi-soatni, kishi-kunini) hisobot yilidagi bir birlik mahsulot uchun sarf bo'lgan mehnat vaqtiga bo'lish orqali mehnat unumdorligini indeksi aniqlanadi, undan 1 koeffitsiyentni (100 foizni) chegirish orqali umumiy o'zgarishi aniqlanadi: buni quyidagi formula yordamida ifodalash mumkin:

$$\left(\frac{T_0}{X_0} : \frac{T_1}{X_1}\right) - 1 = \pm \Delta_{\pi x}$$

Ushbu o'zgarish ikki omil ta'siri ostida yuzaga kelgan: 1. 1 ga hisobiga sarf bo'lgan vaqtning o'zgarishi; 2.1 ga hisobiga olingan hosilning o'zgarishi (hosildorlikning o'zgarishi).

Mehnat unumdorligining o'zgarishiga 1 gektar ekin maydoni hisobiga sarf bo'lgan mehnat vaqti o'zgarishining ta'sirini aniqlash uchun bazis davridagi mehnat unumdorligi ko'rsatkichini shartli-mehnat unumdorligi ko'rsatkichiga bo'lib uning natijasidan 1 koeffitsiyentni (100 foizni) chegirib tashlash kerak.

$$\left(\frac{T_0}{X_0} : \frac{T_1}{X_0}\right) - 1 = \pm \Delta_r$$

Mehnat unumdorligining o'zgarishiga ekin hosildorligi o'zgarishining ta'sirini aniqlash uchun shartli mehnat unumdorligi ko'rsatkichini hisobot yilidagi mehnat unumdorligi ko'rsatkichiga bo'lib, uning natijasidan 1 koeffitsiyentini (100 foizni) chegirib tashlash kerak.

$$\left(\frac{T_1}{X_0} : \frac{T_1}{X_1}\right) - 1 = \pm \Delta_x$$

Yuqoridagi ikki omil ta'sirlarining yig'indisi mehnat unumdorligining umumiy o'zgarishiga teng kelishi kerak.

Nazorat savol va topshiriqlar

1- Biznes-rejaning mohiyati, mazmuni va tuzish zaruriyati. 2- Biznes-rejaning asosiy bo'limlari. 3- Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini faoliyati samaradorligi tahlili

Mustaqil ish topshiriqlari.

Paxtachilikda mehnat unumdorligi dinamikasi o'zgarishining omilli tahlilini 5.3.1-jadval ma'lumotlari asosida bajarib va mehnat unumdorligini oshirish imkoniyatlarini ko'rsatib, xulosa qiling. Tahlilni indeks usuli orqali bajarib. Tahlilda quyidagi indekslardan foydalaning:

1. Mehnat unumdorligi indeksi:
$$\frac{H_1}{T_1} \div \frac{H_0}{T_0} = \pm \Delta_{T,H}$$

2. Mehnat sarfi indeksi:
$$\frac{H_0}{T_1} \div \frac{H_0}{T_0} = \pm \Delta_T$$

3. Hosildorlik indeksi:
$$\frac{H_1}{T_1} \div \frac{H_0}{1} = \pm \Delta_H$$

Tavsiya etiladigan qo'shimcha adabiyotlar:

1. Qudratov T., Fayziyeva N. Qishloq xo'jalik korxonalarini faoliyatining tahlili. Darslik. Samarkand-2010 yil.
2. Qudratov T., Fayziyeva N. Korxonalar faoliyatining tahlili va nazorati. Darslik. - T.: Voris nashriyoti, 2012 yil

6-mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzulmalari

Dars o'quv maqsadi. Dars o'quv maqsadi bo'lib, Kichik biznes va tadbirkorlik sub'yektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzulmasi turlari, O'zbekistonning bank-moliya tizimi va O'zbekistonda soliq tizimi kabi jayronlarning mazmun-mohiyatini bayon qilish va ularni talabalarga o'rgatish hisoblanadi.

Tushunchalar va tayanch iboralar. Infratuzulma. Brokerlik idoralari. Lizing. Konsalting. Injinerlik. Bank-moliya tizimi. Kredit. Soliq tizimi. Soliq yuki. Soliq siyosati.

Ma'ruzani o'tish usuli (metodi). Ma'ruza "Bilaman. Bilishni xohlayman. Bilib oldim va aqliy hujum" usuli (metodi)ni qo'llash orqali o'tiladi.

Asosiy savollar

6.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzulmasi turlari

6.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli

6.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarini soliqqa tortish, ulardan olinadigan soliq turlari va soliq imtiyozlari

Asosiy o'quv materiallari qisqacha bayoni

6.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzulmasi turlari

Respublikamizda kichik tadbirkorlik sub'yektlarining samarali faoliyat yuritishi va rivojlanib borishi ko'p jihatdan ular uchun yaratilgan shart-sharoitlarga bog'liq. Kichik tadbirkorlik rivojiga qulay imkoniyat yaratuvchi shart-sharoitlar orasida infratuzulma xizmatini alohida ajratib ko'rsatish lozim.

Kichik tadbirkorlik sub'yektlarida ishlab chiqarish kengayib borishi bilan ularning texnik ta'mirlash, moddiy-texnika ta'minoti, mahsulotlarni saqlash, qayta ishlash va sotish, kommunikatsiya va aloqa, maslahat va axborot kabi bir qator xizmat turlariga talabi ortib boraveradi. Chunki kichik tadbirkorlik sub'yektlariga yuridik shaxs maqomini berish bilangina ish bitmaydi. Ularning to'laqonli faoliyatini faqat mukammal tashkil etilgan infratuzulma bo'linmalari orqaligina tasavvur etish mumkin.

Infratuzulma iqtisodiy tizimning bir qismini tashkil yetib, u ishlab chiqarishning bir maromda faoliyat yuritishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratadi.

"Infratuzulma" so'zi lotin tilidan (infrastructure) tarjima qilinganda "tuzulmadan tashqarida" ma'nosini anglatadi. Iqtisodiy nuqtai nazardan infratuzulma mohiyatiga quyidagi izoh ko'proq mos keladi: "inson hayoti va ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonida faoliyatlar almashinuvi ta'minlovchi tovar va xizmatlar yaratishda o'ziga xos mehnat jarayonlari majmuasi".

Keyingi yillarda infratuzulma yuqori sur'atlar bilan rivojlanib bormoqda. Buni bir qator omillar bilan izohlash mumkin. Xususan, ishlab chiqarishning o'sish sur'atlari infratuzulmalar rivojidan oldinda bormoqda va bu iqtisodiyotning rivojlanishiga ham o'z ta'sirini o'tkazmoqda.

Infratuzulma juda keng qarmovli tushuncha bo'lib, bu, avvalo, ishlab chiqarish jarayoniga har tomonlama xizmat ko'rsatadigan xizmat turalarini yaratish bilan bog'liq. Infratuzulma bo'linmalari rivojlanib borishidan kichik tadbirkorlik sub'yektlari katta manfaat ko'radi, chunkiki bunday bo'linmalar ularni ishlab chiqarishga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq ishlardan ozod yetib, kuch-g'ayratini asosiy faoliyatiga qaratishga imkon yaratadi.

Infratuzulma tomonidan yaratiladigan sharoitlarni o'z navbatida quyidagicha turkumlash mumkin:

- Bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko'rsatuvchi – moddiy texnika ta'minoti va tayyor mahsulotni sotish, axborotni yig'ish va qayta ishlash, buxgalteriya xizmati. Texnologik, boshqaruv masalalari maslahat xizmati va boshqalar;

- Ishchi kuchini takror ishlab chiqarish shart-sharoitlari – ishchi va xizmatchilarning sog'lig'ini, ta'lim olishi va kasbiy tayyorgarligi, dam olishlarini qo'llab-quvvatlash.

Shu paytga qadar infratuzulmani ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzulmalar yig'indisidan iborat deb qarab kelingan. Bozor iqtisodiyotiga asoslangan iqtisodiy tizim kirib kelishi bilan ishlab chiqarish infartuzulmasi ko'lamini kengayib, "bozor infratuzulmasi" va "institusional infratuzulma" so'zlari iste'molga kirib bormoqda.

Bozor infratuzulmasi bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlarni o'z ichiga oladi. Uning tarkibiga yuk transporti, elektr, gaz va suv ta'minoti, ombor xo'jaligi, aloqa, axborot, moddiy-texnika ta'minoti, mahsulotni tashish, saqlash va qayta ishlash, texnik xizmat ko'rsatish, marketing va reklama, axborot-maslahat, auditorlik, moliya-kredit va investision kabi xizmat turlari kiradi.

Ijtimoiy infratuzulma ishlab chiqarish jarayonida ishchi va xizmatchilarga normal mehnat faoliyati yaratish va ishchi kuchini takror hosil qilish, shuningdek tadbirkorlarning turli maishiy xizmat turlariga talabini qondirish uchun xizmat qiladi.

Institusional infratuzulma iqtisodiyot rivojlanishining optimal makroiqtisodiy nisbatlarini qo'llab-quvvatlovchi va tartibga soluvchi sohalar faoliyat turlarini o'z ichiga oladi. Unga iqtisodiyotni tartibga solib turuvchi davlat va nodavlat boshqaruv organlari va boshqalar kiradi.

Kichik va o'rta tadbirkorlik sub'yektlarini tartibga solib va qo'llab-quvvatlovchi bozor infratuzulmalarini shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Buni yuqori darajada rivojlangan mamlakatlar tajribasi ham

tasdiqlaydi. Masalan, AQShda 1953 yili Kichik va o'rta biznes ishlari ma'muriyat (KBM) tashkil etilgan bo'lib, uning zimmasiga kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash barcha vazifalar (moliyaviy yordam, texnik va maslahat xizmati, davlat buyurtmalarini olishga ko'maklashish va boshqalar) yuklatilgan.

KBM tarkibi uch bosqichdan – AQSh poytaxtidagi shtab-kvartira, 10 ta hududiy boshqarma va 100 dan ortiq mahalliy bo'linmadan iborat. Ular butun mamlakat bo'ylab keng tarqalgan tarmoqqa ega bo'lib, mahalliy davlat hokimiyati organlari, kollejlari, universitetlar, korxonalar va jamoat tashkilotlari bilan yaqin aloqada faoliyat yuritadi. AQShda kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash bilan boshqa idoralar, xususan, Ichki ishlar vazirligi, Uy-joy qurilishi va shaharlar rivojlanishi vazirligi, milliy ilm fondi, Fermerlik ma'muriyat, kichik biznesni rivojlantirish markaz va institutlari, savdo-sanoat palatasi kabi 2700 dan ortiq federal idora shug'ullanadi.

Keyingi yillarda respublikamizda bozorda infratuzulmalarini faol shakllantirish jarayoni boshlandi. Bu jarayonning natijalari sifatida kichik tadbirkorlik sub'yektlariga xizmat ko'rsatuvchi brokerlik idoralari, kichik ulgurji va chakana savdo tuzulmalari, lizing, konsalting kompaniyalari, axborot-maslahat markazlari, injiniring, auditorlik firmalari, sug'urta kompaniyalari, transport-ekspeditsiya korxonalari, axborot-reklama byurolari va boshqa turli xil infratuzulmalar tizimi faoliyat yuritadi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining jadal rivojlanishida unga xizmat ko'rsatuvchi infratuzulma muassasalarining tashkil etilishi va xizmat sifati darajasining yaxshilanib borishi sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda (6.1.1-jadval).

6.1.1-jadval

O'zbekistonda tadbirkorlik sub'yektlariga xizmat ko'rsatuvchi mavjud infratuzulma obektlari (2010 yil 1 yanvar holatiga, birlikda)

Infratuzulma obekti nomi	Soni
Tijorat banklari filiallari	1042
Minibanklar	2318
Axborot-maslahat markazlari	262
Konsalting markazlari	327
Auditor firmalari	113
O'quv markazlari	917
Baholash kompaniyalari	138
Tovar xomashyo birjasining savdo maydonchalari	204
Mikrokredit tashkilotlari	32
Kredit uyushmalari	103
Biznes-inkubatorlar	34
Sug'urta tashkilotlari	32
Brokerlik idoralari	1424

Jadvaldan ko'rinadiki, bugungi kunda mamlakatimiz kichik biznes sohasiga o'ndan ortiq turdagi 8 mingga yaqin infratuzulma muassasalari xizmat ko'rsatib, faoliyat uchun zarur shart-sharoitlarni yaratib bermoqda.

6.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli

Bozor iqtisodiyoti o'tilishi tufayli mamlakatda yangi moliyaviy siyosat ishlab chiqildi va hukumat tomonidan real hayotda amalga oshirilmoqda. Jamiyatdagi har bir iqtisodiy faoliyatning boshlanishi davlatning yaqin-dan turib bergan moliyaviy yordami tufayli rivojlanib, takomillashib boradi. Jumladan, kichik va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashda banklarning rolini oshirib borishga alohida e'tibor beriladi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarining asosiy faoliyati banklar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ular olib borayotgan faoliyat – xomashyoni sotib olish, ishlab chiqarilgan tovarlar, ko'rsatiladigan xizmatlarga haq to'lash, ishlovchilarni ish haqi bilan ta'minlash, turli toifadagi korxonalar, firma va boshqalar yuridik shaxslar bilan bo'ladigan iqtisodiy munosabatlar, ya'ni olingan foyda va daromaddan soliq to'lash, transport, kommunal xizmatlar uchun to'lovlarning barcha turlari banklar orqali, o'z navbatida, olinadigan kreditlar va boshqa hisob-kitoblar ham banklar orqali amalga oshadi.

Tijorat banklari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarini qo'llab-quvvatlash borasida e'tiborli jihatlardan biri O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008- yil 10 noyabrdagi 4051-sonli «Mikrokreditbank» aksiyadorlik tijorat bankining tadbirkorlik sub'yektlarini qo'llab-quvvatlash borasidagi faoliyatini yanada kengaytirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Farmoniga muvofiq:

- tadbirkorlik faoliyatini boshlash uchun 18 oygacha muddatga beriladigan eng kam ish haqining 200 barobari miqdoridagi imtiyozli mikrokreditlar maksimal stavkani yillik 5 foizdan 3 foizga;

- kichik biznes sub'yektlari faoliyatini kengaytirish va aylanma mablag'larini to'ldirish uchun 24 oygacha muddatga beriladigan eng kam ish haqining 500 barobari miqdoridagi mikrokreditlar – Markaziy bank tomonidan qayta moliyalashtirish stavkasining 100 dan 50 foiziga;

- kichik biznes sub'yektlari uchun 3 yilgacha muddatga beriladigan eng kam ish haqining 2000 barobari miqdoridagi imtiyozli mikrolizing xizmatlari maksimal stavkani yillik 7 foizdan 5 foizga tushirildi.

Kreditlashda bunday ahamiyatli imtiyozlarning belgilanishi mazkur soha vakillari tomonidan kreditga talabning va ayni paytda ularga berilayotgan kredit hajmining yildan-yilga oshib borishiga olib kelmoqda.

6.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarini soliqqa tortish, ulardan olinadigan soliq turlari va soliq imtiyozlari

Mulk shakllaridan qat'iy nazar, barcha korxonalar O'zbekiston Respublikasining «Korxonalar, birlashma va tashkilotlardan olinadigan soliqlar to'g'risida»gi qonuniga muvofiq davlat va mahalliy byudjetlarga soliqlar to'laydilar.

Soliqlar byudjetga tushadigan pul va qonun bilan belgilangan majburiy munosabatlardir. Bu munosabatlar soliq to'lovchilar (yuridik va jismoniy shaxslar) bilan davlat o'rtasidagi munosabatlarni ifoda etadi.

O'zbekiston Respublikasi hududida quyidagi soliq va yig'imlar amal qiladi: - umumdavlat soliqlari; - mahalliy soliq va yig'imlar.

Umumdavlat soliqlarga quyidagilar kiradi: - yuridik shaxslardan olinadigan daromad (foyda) solig'i; - jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i; - qo'shilgan qiymat solig'i; - aksiz solig'i; - yer osti boyliklaridan foydalanganlik uchun soliq; - suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliq.

Mahalliy soliq va yig'imlarga quyidagilar kiradi:

- mol-mulk solig'i; - yer solig'i; - avtotransport vositalarini olib sotganlik uchun soliq; - savdo-sotiq qilish huquqi uchun yig'im, shu jumladan, ayrim turlardagi tovarlarni sotish huquqini beruvchi litsenziya yig'imlari; - yuridik shaxslarni, shuningdek tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslarni ro'yxatga olganlik uchun yig'im; - avtotransport to'xtash joyidan foydalanganlik uchun yig'im; - obodonchilik ishlari uchun yig'im; - ijtimoiy infratuzulmani rivojlantirish uchun yig'im; - boshqa mahalliy ahamiyatga ega bo'lgan yig'imlar.

Mahalliy soliq va yig'imlar mahalliy byudjetga o'tkaziladi. Soliq nimaga olinsa, o'sha narsa soliq obekti bo'ladi. Soliq obekti 3 guruhga bo'linadi: aylanma, daromad va mulk. Soliq obektining har bir soliq birligi uchun davlat tomonidan belgilab qo'yilgan me'yori soliq stavkasi deb yuritiladi. Bu stavka qat'iy so'mmalarda yoki foizlarda obektga nisbatan qo'llaniladi. Soliq stavkalari proporsional, progressiv va regressiv ko'rinishlarda bo'lishi mumkin.

Proporsional soliq stavkasi usulida foyda yoki aylanmaga ega yuridik va jismoniy shaxslar bir xil ulushda soliq to'laydilar. Bu yerda soliq stavkasi qat'iy o'rnatilgan bo'lib, mutanosib ravishda olinadi. Masalan, korxonasi asosiy fondlarining o'rtacha yillik qiymati 200 mln so'm bo'lib, undan undiriladigan soliq stavkasi 2 foiz belgilanganda, soliq so'mmasi hisobot yili uchun 4 mln. so'mni ($200 \text{ mln} \times 2:100$) tashkil etadi.

Daromad yoki foyda ortib borishi bilan soliq stavkasi ham ortib borishi ko'zda tutilgan bo'lsa, bunday stavkalar **progressiv soliq stavkalari** deyiladi. Buni biz O'zbekiston Respublikasi fuqarolari, chet el fuqarolari va

fuqaroligi bo'lmaganlardan olinadigan daromad solig'i stavkasida yaqqol ko'rishimiz mumkin.

Regressiv soliq stavkasi usulida daromad o'sishi (oshishi) bilan mahsulot ishlab chiqarish hajmi ko'payishi yoki eksportga mahsulot ishlab chiqarish ko'payishi bilan soliq stavkasi kamayib boradi. Demak, bunday korxonada byudjetga kam soliq to'lay boshlaydi. Regressiv soliq stavkalari biror faoliyat yoki sohada mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish yoki o'z foydasidan biror turdagi xarajetni kamaytirishni rag'batlantirish maqsadida qo'llaniladi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilangan ayrim mahsulotlar aksiz solig'iga tortiladi.

Aksiz ba'zi iste'mol tovarlari qiymatiga ustama qo'yiladigan egri soliqdir. Yegri soliq deb atalishining sababi – uning byudjetga to'lovchilari aksiz osti tovarlarini ishlab chiqarib sotuvchilardir. Ammo haqiqiy soliq to'lovchilar mahsulot yetkazuvchilardan tovarlarni sotib oluvchilar, ya'ni iste'molchilardir. Shuning uchun bu soliq ba'zi mamlakatlarda iste'mol solig'i deb ham ataladi.

Aksiz solig'i stavkasi Vazirlar Mahkamasining qarori bilan tasdiqlanadi. Aksiz solig'i stavkalarini O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilash har yilgi byudjetning asosiy ko'rsatkichlari belgilangan-da ko'rsatiladi. Biroq yil davomida aksiz stavkalariga o'zgartirishlar kiritib borilishi mumkin.

Aksiz solig'i to'lanadigan tovarlarni ishlab chiqaruvchi korxonalar, mulk shaklidan qat'iy nazar, shu tovarlarni eksportga chiqarsalar, aksiz solig'i to'lashdan ozod bo'ladilar. Qizil Yarimoy jamiyati korxonalari ishlab chiqargan tovarlardan kelgan daromadlarini jamiyatning Ustavida ko'zda tutilgan vazifalarni bajarishga sarflasa, u holda ular ham aksiz solig'i to'lashdan ozod bo'ladi.

Nazorat savol va topshiriqlar

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzulmasi deganda nima tushuniladi?
2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli
3. Soliq yukini kamaytirishga qaratilgan soliq siyosatining mazmuni nimadan iborat?
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlaridan olinadigan soliq turlari

Mustaqil ish topshiriqlari.

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlariga xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzulmasi turlarini hisobga olgan holda tumaningizda faoliyat ko'rsatib kelayotgan bir xususiy korxonada misolida ko'rsatib bering.

2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda bir bank faoliyati misolida tahlil qilib bering.

3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarini soliqqa tortish, ulardan olinadigan soliq turlari va soliq imtiyozlarini bir korxonada faoliyati misolida ta'riflang

Tavsiya etiladigan qo'shimcha adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik sub'yektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab yetganlik uchun javobgarlikni kuchaytirish to'g'risida" Farmoni// Xalq so'zi, 2005, 15 iyun.

2. O'zbekiston Respublikasining 2012 yil 26 apreldagi "Oilaviy tadbirkorlik haqida"gi 327-sonli Qonuni

3. Sanaqulov Usmon, Mamaraimov Qo'ziboy. "Amir temurning jahonshumul faoliyatidan lavhalar" ilmiy-ommabop risola Toshkent "Navro'z" nashriyoti, 2014

7-mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida ishlab chiqarish xarajatlari va mahsulot tannarxi tahlili

Dars o'quv maqsadi. Dars o'quv maqsadi bo'lib, Ishlab chiqarish xarajatlarining mohiyati, tarkibi, turkumlanishi, mahsulotni tannarxini hisoblash tartibi va mahsulotni tannarxini iqtisodiy tahlil qilish usullarining mazmun-mohiyatini yoritish va ularni talabalarga o'rgatish hisoblanadi.

Tushunchalar va tayanch iboralar. Ishlab chiqarish xarajatlari. Xarajat moddalari. Xarajatelementlari. Doimiy xarajaatlar. O'zgaruvchan xarajatlari. Bevosita xarajatlari. Bilvosita xarajatlari. Tannarx. Mahsulot birligi tannarxi.

Ma'ruzani o'tish usuli (metodi). Ma'ruza "Bilaman . Bilishni xohlayman. Bilib oldim va aqliy hujum" usuli (metodi)ni qo'llash orqali o'tiladi.

Asosiy savollar

- 7.1. Ishlab chiqarish xarajatlarining mohiyati, tarkibi, turkumlanishi va tahlili
- 7.2. Mahsulotni tannarxi va uni hisoblash usullari.
- 7.3. Mahsulotni tannarxining tahlili va uni pasaytirish imkoniyatlari

Asosiy o'quv materiallari qisqacha bayoni

7.1. Ishlab chiqarish xarajatlarining mohiyati, tarkibi, turkumlanishi va tahlili

Har bir korxonada mahsulot ishlab chiqarish jarayonini bilan bog'liq xarajatlarni amalga oshiradi. Mahsulot ishlab chiqarish jarayonida sarf qilingan moddiy resurslar (asosiy vositalar eskirishi, xomashyo va materiallar, yonilg'i-moylash materiallari, ehtiyot qismlar va boshqa) va jonli mehnat sarfi ishlab chiqarish xarajatlarini tashkil etadi.

Korxonaning ishlab chiqarish, sotish va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan xarajatlarini quyidagicha turkumlash mumkin:

1. Ishlab chiqarish jarayonidagi ishtirokiga ko'ra: - ishlab chiqarish xarajatlari; - noishlab chiqarish xarajatlari.

2. Ishlab chiqarishda sarf etiladigan resurslar manbaiga ko'ra: - ichki xarajatlari; - tashqi xarajatlari.

3. Mahsulot ishlab chiqarish hajmining o'zgarishiga nisbatan: - doimiy xarajatlari; - o'zgaruvchan xarajatlari.

4. Mahsulot tannarxiga olib borilishi usuli bo'yicha: - bevosita xarajatlari; - bilvosita xarajatlari.

5. Korxonaning umumiy ishlab chiqarish, moliyaviy va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan: - mahsulot tannarxiga kiritiladigan xarajatlari; - davr xarajatlari; - moliyaviy faoliyat xarajatlari; - favqulodda zararlar.

Ishlab chiqarish xarajatlari bevosita ishlab chiqarish jarayoni amalga oshirish bilan bog'liq quyidagi xarajatlardan tashkil topadi:

- bevosita moddiy material xarajatlari; - bevosita mehnatga haq to'lash xarajatlari; - ishlab chiqarishga taalluqli ustama xarajatlar.

Bevosita mahsulot ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'lmagan xarajat turlari noishlab chiqarish xarajatlari deb yuritiladi. Uning tarkibiga: - mahsulotni sotish bilan bog'liq xarajatlar; - boshqaruv xarajatlari; - boshqa operasion xarajatlar va zararlar kiradi/

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida ishlab chiqarish xarajatlarining tahlili bir necha usullar orqali amalga oshiriladi. Shulardan, biz bu yerda, solishtirish va iqtisodiy indeks usullari yordamida amalga oshirish usulini keltirdik.

Hisobot yilidagi xarajatlar so'mmasini bazis yilidagi xarajatlar so'mmasiga solishtirib, uning umumiy o'zgarishi mutlaq va nisbiy ko'rsatkichlar bo'yicha aniqlanadi. Buning uchun ishlab chiqarish xarajatlari indeksidan foydalanamiz:

$$I_{qz} = \frac{\sum q_1 z_1}{\sum q_0 z_0}$$

Bunda, q_1 - hisobot yilida ishlab chiqarilgan mahsulot har bir turining miqdori;

q_0 - bazis yilida ishlab chiqarilgan mahsulot har bir turining miqdori;

z_1 - hisobot yilida ishlab chiqarilgan bir birlik mahsulot tannarxi;

z_0 - bazis yilida ishlab chiqarilgan bir birlik mahsulot tannarxi;

$q_1 z_1$ - hisobot yilida ishlab chiqarilgan tayyor mahsulot uchun sarf bo'lgan ishlab chiqarish xarajatlari so'mmasi;

$q_0 z_0$ - bazis yilida ishlab chiqarilgan mahsulot uchun sarf bo'lgan xarajatlari so'mmasi.

Ushbu formuladan ko'rinib turibdiki, ishlab chiqarish xarajatlari hajmining o'zgarishi bevosita quyidagi ikki omil hisobiga yuzaga keladi:

1. Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdorining o'zgarishi hisobiga ($q_1 - q_0$);

2. Mahsulot bir birligi tannarxining o'zgarishi hisobiga ($z_1 - z_0$).

Ushbu omillarning ishlab chiqarish xarajatlari hajmining o'zgarishiga ta'sirini aniqlash uchun quyidagi ikki umumiy indeksdan foydalanish zarur:

1. Mahsulot fizik miqdori umumiy indeksi:

$$I_q = \frac{\sum q_1 z_0}{\sum q_0 z_0}$$

Ushbu indeks ishlab chiqarish xarajatlari hajmining mahsulotlar fizik miqdorining o'zgarishi hisobiga yuzaga kelgan nisbiy o'zgarishini ifodalaydi, ya'ni necha koeffitsiyentga (foizga) oshgan yoki kamayganligini ko'rsatadi. Surati bilan maxraji orasidagi farq shu omil hisobiga paydo

bo'lgan mutlaq o'zgarishini ,yani necha so'mga oshgan yoki kamaygan hajmini ifodalaydi.

2.Mahsulot tannarxining umumiy indeksi:

$$I_z = \frac{\sum q_1 z_1}{\sum q_1 z_0}$$

Ushbu indeks ishlab chiqarish xarajatlari hajmining mahsulotlar bir birligi tannarxining o'zgarishi hisobiga sodir bo'lgan nisbiy o'zgarishini,yani necha koeffitsiyentga (foizga) oshgan yoki kamayganligini ifodalaydi.Surati bilan maxraji orasidagi farq shu omil hisobiga yuzaga kelgan mutlaq o'zgarishini ,yani necha so'mga oshgan yoki kamaygan hajmini ifodalaydi

Mahsulotlar fizik miqdori indeksi bilan mahsulotlar tannarxi umumiy indeksi ko'paytmalarining yig'indisi ishlab chiqarish xarajatlari umumiy indeksiga teng kelishi shart:

$$\frac{\sum q_1 z_0}{\sum q_0 z_0} \times \frac{\sum q_1 z_1}{\sum q_1 z_0} = \frac{\sum q_1 z_1}{\sum q_0 z_0}$$

Tenglik aniqlangandan keyin omillar tasiriga baho berilib. ishlab chiqarish xarajatlari hajmini kamaytirish imkoniyatlari ko'rsatilib,xulosa qilinishi kerak.

7.2. Mahsulotni tannarxi va uni hisoblash usullari.

Tannarxda korxonada ishlab chiqarish faoliyatining sifat ko'rsatkichlari - ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish samaradorligi, ishlab chiqarish texnologiyasi va mehnatni tashkil etish darajasi, korxonani tejamkorlik bilan boshqarish usullari, mahsulot ishlab chiqarish-ni yuksaltirish sharoitlari o'z aksini topadi.

Mahsulot tannarxini hisoblashdan ko'zda tutilgan asosiy maqsad - uni ishlab chiqarishga sarflangan haqiqiy xarajatlarni tegishli hujjatlarda o'z vaqtida, to'liq va ishonchli aks ettirish hamda moddiy, mehnat va moliyaviy resurslardan tejamkorlik asosida, oqilona foydalanish ustidan nazorat o'rnatishdir.

Mahsulot tannarxi korxonada xarajatlari tushunchasidan farq qiladi. Korxonaning mahsulot ishlab chiqarish, sotish va boshqa moliyaviy-xo'jalik faoliyati natijasida yuzaga keladigan barcha xarajatlari mahsulot tannarxiga kiritilmaydi. Mahsulotning (ishning, xizmatning) ishlab chiqarish tannarxiga uni bevosita ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlar kiritiladi. Ularga quyidagilar tegishli:

- bevosita moddiy xarajatlar;
- bevosita mehnat xarajatlari;
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega bilvosita ustama xarajatlar. Bu xarajatlarning ko'pchiligini naturada, ya'ni dona, kg, metr va boshqa ko'rinishlarda hisobga olib borish va rejalashtirish mumkin. Ammo mahsulot ish-

lab chiqarishga sarflangan barcha xarajatlarni birgalikda hisobga olish uchun ularni yagona o'lchov birligiga - qiymat-pul ko'rinishiga keltirish talab etiladi.

Ayrim turdagi ishlab chiqarish xarajatlarini yaratilayotgan mahsulot tannarxiga to'g'ridan-to'g'ri kiritish mumkin. Unga ishlab chiqarishdagi ishchilarning ish haqi va iste'mol qilingan moddiy resurslar sarfini kiritish mumkin. Bunday xarajat turlari bevosita ishlab chiqarish xarajatlari deb yuritiladi.

Ikkinchi bir xarajat turlari bir necha xil mahsulot etishtirish jarayonida ishtirok etishi tufayli (masalan, bir necha xil ekinlarga o'g'it tashigan traktor amortizatsiyasi) ularga ketgan xarajatlarni shu mahsulotlarni ishlab chiqarishdagi ishtirokiga mutanosib taqsimlashga to'g'ri keladi. Bunday xarajatlar bilvosita ishlab chiqarish xarajatlari yoki ishlab chiqarishga tegishli ustama xarajatlar deb yuritiladi.

7.2.1-jadval

Mahsulot tannarxining bevosita va bilvosita xarajatlari tarkibi

Xarajat moddalari	Mahsulot tannarxiga olib borilishi jihatidan	
	bevosita	Bilvosita (ustama)
Xomashyo va asosiy materiallar (qayta kirim qilingan chiqitlardan tashqari)	+	
Sotib olingan butlovchi qismlar va yarim fabrikatlar	+	
Ishlab chiqarish xarakteridagi ish va xizmatlar		+
Texnologik maqsadlar uchun ishlatilgan yoqilg'i energiya	+	
Ishlab chiqarishga tegishli mehnatga haq to'lash xarajatlari	+	
Ishlab chiqarishga tegishli ijtimoiy sug'urtaga ajratmalar	+	
Moddiy qiymatliklar kamomadi va mahsulotlarning buzilishidan ko'rilgan zararlar	+	
Asosiy vositalar amortizatsiyasi		+
Ishlab chiqarishga oid boshqa xarajatlar		+

Mahsulot tannarxi bir turdagi mahsulotni bevosita va bilvosita ishlab chiqarish xarajatlarini shu mahsulot miqdoriga bo'lish orqali topiladi:

$$MT = MX + IX + ST + A + BIX / M$$

Bu yerda:

MT - mahsulot tannarxi, so'm / dona, so'm / kg va boshqa;

MX - ishlab chiqarishning moddiy xarajatlari, so'm;

IX - ishlab chiqarish xususiyatidagi mehnatga haq to'lash xarajatlari, so'm;

ST - ishlab chiqarishga tegishli bo'lgan ijtimoiy sug'urta to'lovlari, so'm;

A - asosiy vositalar amortizatsiyasi, so'm;

BIX - boshqa ishlab chiqarish xarajatlari, so'm;

M - mahsulot miqdori, sentner, dona, kg, tonna va hakoza.

Korxonada rejadagi (biznes-rejada belgilangan) va haqiqiy (hisobot haqiqatda erishilgan) tannarx hisoblab borilishi mumkin. Bu rejalashtirilgan ishlab chiqarish xarajatlarini haqiqatda erishilgan daraja bilan solishtirish, ortiqcha moddiy va mehnat resurslari sarflariga yo'l qo'yilgan yoki tejamga erishilganini aniqlash va kelgusida tegishli xulosalar chiqarishga imkon beradi.

Rejadagi tannarx korxonaning mavjud texnik, texnologik va kadrlar salohiyati doirasida mahsulot ishlab chiqarishga sarflanishi ehtimoli bo'lgan xarajatlarning kutilayotgan maksimal darajasini aks ettiradi. Rejadagi tannarx moddiy resurslarni sarflash me'yorlari asosida hisoblanadi.

Haqiqiy tannarx korxonaning mahsulot ishlab chiqarish jarayonini haqiqatda sarflangan bevosita ishlab chiqarish xarajatlarini tashkil etadi. Haqiqiy tannarx rejadagi tannarxdan farq qilishi mumkin. Agar u rejadagi tannarxdan yuqori bo'lsa, ishlab chiqarish samardorligining pasayishidan past bo'lsa, kapital, mehnat va moddiy resurslardan oqilona foydalanish natijalarini aks ettiradi. Mahsulot tannarxini hisoblashda faqat shu mahsulotni ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlar hisobga olinadi. Mahsulotni sotish va ishlab chiqarishni boshqarish bilan bog'liq umumkorxonalar xarajatlari mahsulot tannarxiga kiritilmay davr xarajatlariga hisobga kiritiladi.

Mahsulot tannarxini aniqlashda hisoblash obektlarini bilish muhimdir. Unga qilingan xarajatlarni alohida hisobga olish mumkin bo'lmaganligidan, umumiy ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblash obektlari to'g'ri taqsimlash muhimdir.

7.3. Mahsulotlar tannarxining tahlili va uni pasaytirish imkoniyatlari

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida ishlab chiqarilgan mahsulotlar tannarxining tahlilini fermer xo'jaligi misolida ko'rib chiqamiz.

Mahsulot yetishtirish uchun sarf bo'lgan ishlab chiqarish xarajatlarining pul shaklida ifodalanishi tannarx deb ataladi. Tannarx o'z navbatida jami mahsulot tannarxi, mahsulot birligi tannarxi va 1 so'mlik mahsulotga to'g'ri

keladigan xarajat ko'rsatkichlariga bo'linadi. Bu bo'limda bir birlik mahsulot tannarxini tahlil qilish tartibi yoritiladi.

Mahsulot birligining tannarxi tahlilini amalga oshirish uchun solishtirish va zanjirli bog'lanish usullari keng qo'llaniladi.

Hisobot davridagi bir birlik mahsulotning ishlab chiqarish tannarxini bazis davridagi (yoki rejalashtirilgan) tannarxiga solishtirib, mutlaq va nisbiy o'zgarishlari aniqlanadi. So'ngra «Zanjirli bog'lanish» usuli orqali omilli tahlil etilib, omillarning har birining ta'siriga baho beriladi va tannarxni pasaytirish imkoniyatlari ko'rsatilib, xulosa qilinadi.

1 s. mahsulot tannarxining o'zgarishi bevosita ekstensiv va intensiv omillar ta'siri ostida sodir bo'ladi. Bu omillar quyidagilardir:

1) 1 gektar ekin maydoni (yoki 1 bosh chorva moli) hisobiga sarf bo'lgan ishlab chiqarish xarajatlari hajmining o'zgarishi;

2) 1 gektar ekin maydonidan olingan hosil (yoki 1 bosh moldan olingan mahsulot) miqdorining o'zgarishi (hosildorlik yoki mahsuldorlik darajasining o'zgarishi).

Ushbu omillar ta'sirini «Zanjirli bog'lanish» usuli orqali aniqlash tartibiga to'xtalamiz. Tannarx tahlilini o'simlikchilik mahsuloti misolida ko'rib chiqamiz. Tannarxning o'zgarishiga omillarning ta'sirini aniqlashdan oldin 1 s. mahsulotning shartli tannarxini aniqlab olish zarur.

Shartli tannarx qanday aniqlanadi? Shartli tannarxni (Z_{sh}) aniqlash uchun hisobot yilidagi 1 gektar ekin maydoni hisobiga sarf bo'lgan xarajatlari hajmini (IX_1) bazis yilidagi hosildorlik darajasiga (H_0) bo'lish kerak:

$$Z_{sh} = \frac{IX_1}{X_0}$$

Shartli tannarx aniqlangandan keyin mahsulot birligi tannarxi omilli tahlil qilinadi, ya'ni har bir omilning ta'sirini aniqlab, uning darajasiga baho beriladi.

Tahlil quyidagi tartibda amalga oshiriladi.

Birinchi navbatda 1 s. mahsulot tannarxining umumiy o'zgarishi aniqlanadi. Buning uchun hisobot yilidagi 1 s. mahsulot tannarxidan bazis yilidagi (yoki rejadagi) 1 s. mahsulot tannarxi chegirib tashlanadi

$$\frac{IX_1}{H_1} - \frac{IX_0}{H_0} = \pm \Delta_{ix,h}$$

Ushbu o'zgarishga omillarning ta'siri quyidagicha aniqlanadi.

1 s. mahsulot tannarxining o'zgarishiga ekstensiv omilning, ya'ni 1 ga ekin maydoni hisobiga sarf bo'lgan xarajat so'mmasi o'zgarishining ta'sirini aniqlash uchun 1 s. mahsulotning shartli tannarxidan bazis davridagi (yoki rejadagi) 1 s. mahsulot tannarxini chegirib tashlash kerak:

$$\frac{IX_1}{H_0} - \frac{IX_0}{H_0} = \pm \Delta_{ix}$$

1 s. mahsulot tannarxining o'zgarishiga intensiv omilning, ya'ni hosildorlik darajasi o'zgarishining ta'sirini aniqlash uchun 1 s. mahsulotning hisobot yilidagi tannarxidan 1 s. mahsulotning shartli tannarxini chegirib tashlash kerak:

$$\frac{IX_1}{H_1} - \frac{IX_0}{H_0} = \pm \Delta_h$$

Ushbu omillar ta'sirlarining yig'indisi 1 s. mahsulot tannarxining umumiy o'zgarishiga teng kelishi shart. $\Delta_{ix} \pm \Delta_h = \pm \Delta_{ix,h}$

Tenglik aniqlangandan keyin omillar tasiriga baho berilib, tannarxni kamaytirish imkoniyatlari ko'rsatilib, xulosa qilinishi kerak

Endi, 7.3.1-jadvaldagi ma'lumotlardan foydalanib, o'simlikchilik mahsulotlari tannarxining omilli tahlilini paxta tannarxi misolida ko'rib chiqamiz.

7.3.1-jadval

1 s. paxta tannarxini tahlil qilish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar

T.r.	Ko'rsatkichlar	Bazis yili	Hisobot yili	o'zgarishi (+,-)
1	1 gektar ekin maydoni xarajati, ming so'm	1723.5	1809.7	+86.2
2	Paxta hosildorligi, s/ga	22.5	23.5	+1.4
3	1 s paxta tannarxi, so'm	76600	77010	+410

1 s. paxta tannarxining hisobot yilida bazis yiliga nisbatan o'zgarishi:

$$\frac{IX_1}{H_1} - \frac{IX_0}{H_0} = \frac{1809.7}{23.9} - \frac{1723.5}{22.5} = 77010 - 76600 = +410 \text{ so'm}$$

1 s. paxta tannarxi hisobot yilida bazis yiliga nisbatan 410 so'mga oshgan (qimmatlashgan)

1 s. paxta tannarxining o'zgarishiga 1 gektar paxta maydoni hisobiga qilingan xarajat o'zgarishining tasirini aniqlash:

$$\frac{IX_1}{H_0} - \frac{IX_0}{H_0} = \frac{1809.7}{22.5} - \frac{1723.5}{22.5} = 80431 - 76600 = +3831 \text{ so'm}$$

1 gektar paxta maydoni hisobiga qilingan xarajat summasi hisobot yilida bazis yiliga nisbatan 86.2 ming so'mga oshgan, natijada shu omil hisobiga 1 s. paxta tannarxi 3831 so'mga yoki 5 % ga qimmatlashgan:

1 s. paxta tannarxining o'zgarishiga paxta hosildorligi darajasi o'zgarishining tasirini aniqlash:

$$\frac{IX_1}{H_1} - \frac{IX_1}{H_0} = \frac{1809.7}{23.5} - \frac{1809.7}{22.5} = 77010 - 80431 = -3421 \text{ so'm}$$

1 gektar paxta maydonidan olingan hosil (ya'ni hosildorlik) hisobot yilida bazis yiliga nisbatan 1,4 s.ga oshgan, natijada shu omil hisobiga 1 s. paxta tannarxi 3421 so'mga yoki 4.5% ga arzonlashgan.

Ushbu ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, tannarxni pasaytirishning asosiy imkoniyatlari bo'lib, 1 gektarga qilinadigan xarajatlar hajmini keskin kamaytirish va hosildorlikni yanada oshirish hisoblanadi.

1 s. mahsulot tannarxini tahlili bilan bir qatorda uning tarkibini xarajat moddalari bo'yicha ham tahlil etish zarur, chunki tannarx tarkibidagi har bir modda bo'yicha o'zgarishini omilli tahlil qilish asosida uni arzonlashtirish imkoniyatlarini aniq ko'rsatish mumkin. Tannarx tarkibi va tarkibiy tuzilishi quyidagi xarajat moddalar bo'yicha o'rganiladi.

1. Mehnat haqi ajratmalar bilan
2. O'g'itlar
3. Urug'lik
4. Amortizasiya
5. Ish xizmatlar
- 6 Yoqilg'i-moylash materiallari
- 7.Umumishlab chiqarish xarajatlari
8. Boshqa to'g'ri xarajatlar

Tahlil hisobot yilidagi tannarx tarkibidagi xarajat moddalari hajmini bazis yilidagi yoki reja bo'yicha ko'zda tutilgan xarajat moddalari hajmiga solishtirib, o'zgarishini aniqlashdan boshlanadi. Tannarx tarkibidagi har bir moddada o'z aksini topgan xarajatlar hajmining o'zgarishi ekstensiv va intensiv omillar tasirida yuzaga keladi. Ushbu omllarning ta'sirini zanjirli bog'lanish usuli orqala aniqlab, tannarxni kamaytirish imkoniyatlari ko'rsatiladi

Nazorat savol va topshiriqlar

- 1 Mahsulot ishlab chiqarish hajmining o'zgarishiga nisbatan yuzaga keladigan xarajatlar necha guruhga bo'linadi va ular qaysilar?Mazmunini tushuntiring
2. Mahsulot tannarxiga olib borilishi usuli bo'yicha xarajatlar necha guruhga bo'linadi va ular qaysilar?Mazmunini tushuntiring
- 3.Tannarx deganda nima tushuniladi? Mazmunini tushuntiring
4. 1 s. mahsulot tannarxining o'zgarishiga 1 ga ekin maydoni hisobiga sarf bo'lgan xarajat hajmi o'zgarishining ta'sirini aniqlash usulini tushuntiring

Mustaqil ish topshiriqlari.

1 s. paxta tannarxini tahlilini 7.3.1- jadvaldagi malumotlar asosida "Indeks" usulidan foydalanib amalga oshiring va paxta tannarxini kamaytirish imkoniyatlarini ko'rsatib, xulosa yozing. Tahlilda quyidagi indekslardan foydalaning:

1. Tannarx indeksi: $I_z = \frac{IX_1}{H_1} \div \frac{IX_0}{H_0} = \pm \Delta_{Iz,h}$

2.Xarajatlar indeksi: $I_{ix} = \frac{IX_1}{H_0} \div \frac{IX_0}{H_0} = \pm \Delta_{ix}$

3.Hosildorlik indeksi: $I_2 = \frac{IX_1}{H_1} \div \frac{IX_1}{H_0} = \pm \Delta_h$

Tavsiya etiladigan qo'shimcha adabiyotlar:

- 1.Qudratov T.,Fayziyeva N. Qishloq xo'jalik korxonalari faoliyatining tahlili. Darslik. Samarkand-2010yil.
- 2.Qudratov T.,Fayziyeva N. Korxonalar faoliyatining tahlili va nazorati. Darslik.- T.: Voris nashriyoti, 2012 yil

8-mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining moliyaviy faoliyati tahlili

Dars o'quv maqsadi. Dars o'quv maqsadi bo'lib, Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining moliyaviy faoliyati ko'rsatkichlarini hisoblash va tahlil qilish, moliyalashtirish manbalari va kredit bilan taminlash masalalari hamda Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tizimida foyda hajmi va rentabellik darajasini hisoblash va tahlil qilish usullarining mazmun mohiyatini yoritish va ularni talabalarga o'rgatish hisoblanadi.

Tushunchalar va tayanch iboralar. Moliyaviy faoliyat. Moliyaviy ahvol. Moliyaviy natija. Foyda. Zarar. Moliyalashtirish. Kredit. Yalpi foyda. Sof foyda. Rentabellik.

Ma'ruzani o'tish usuli (metodi). Ma'ruza "Bilaman . Bilishni xohlayman. Bilib oldim va aqliy hujum" usuli (metodi)ni qo'llash orqali o'tiladi.

Asosiy savollar

8.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining moliyaviy faoliyati ko'rsatkichlarini hisoblash va ularni tahlil qilish

8.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyalashtirish manbalari va kredit bilan taminlash masalalari

8.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tizimida foyda hajmi va rentabellik darajasini hisoblash va tahlil qilish usullari.

Asosiy o'quv materiallari qisqacha bayoni

8.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining moliyaviy faoliyati ko'rsatkichlarini hisoblash va ularni tahlil qilish

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining xo'jalik faoliyatining asosiy qismi bo'lib, moliyaviy faoliyati hisoblanadi. Moliyaviy faoliyat korxonaning moliyaviy holati bilan moliyaviy natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlarni o'z ichiga oladi.

Korxonaning moliyaviy holatini ifodalovchi ko'rsatkichlar bo'lib, moliyaviy barqarorligi, moliyaviy mustaqilligi, to'lovga qodirligi, o'z mablag'lari bilan ta'minlanganligi, debitorlik va kreditorlik qarzlari kabilar ko'rsatkichlar hisoblanadi..

Korxonaning moliyaviy natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlarga Mahsulot (ish, xizmat) larni sotishdan olinadigan yalpi foyda (zarar), asosiy ishlab chiqarish faoliyatining foydasi (zarari), umumxo'jalik faoliyatining foydasi (zarari), soliqlar to'langunga qadar bo'lgan foyda (zarar) va hisobot davrining sof foydasi (zarari) kiradi..

Ushbu ko'rsatkichlar darajasini o'rganish va tahlil etish hamda ularning natijalarini umumlashtirish orqali korxonaning moliyaviy faoliyatiga ga baho

beriladi. Shuning uchun ham ushbu ko'rsatkichlarni o'z vaqtida tahlil qilib turish – korxonaning moliyaviy axvolini yaxshilash, foydasini ko'paytirish hamda iqtisodiyotini mustahkamlash uchun shart sharoit yaratadi. Shu nuqtai nazardan moliyaviy faoliyati tahlilini o'z vaqtida samarali o'tkazib turish nixoyatda katta ahamiyat kasb etadi.

Korxonaning moliyaviy ahvoriga baho berishda asosan quyidagi moliyaviy koeffitsientlar ko'proq qo'llaniladi.

1. Moliyaviy barqarorlik koeffitsiyenti
2. Moliyaviy mustaqillik koeffitsiyenti.
3. To'lovga qodirlik koeffitsiyenti .
4. O'z va qarz mablag'larining o'zaro nisbati koeffitsiyenti .
5. O'z aylanma mablag'lari bilan ta'minlanish koeffitsiyenti .

Biz ushbu mavzuda to'lovga qodirlik koeffitsiyentining tahlilini bayon kildik. Qolganlarini mustaqil o'qishga qoldirdik. Xo'jalikning moliyaviy holatiga baho berishda ushbu koeffitsiyentlar muhim rol o'ynaydi.

Korxonaning to'lovga qodirligi deganda nima tushuniladi?

Korxonaning to'lovga qodirligi deganda to'lov mablag'lari bilan qisqa muddatli majburiyatlarini to'lay olish quvvati tushuniladi.

Korxonaning to'lov mablag'larining kiska muddatli majburiyatlariga bo'lgan nisbati uning to'lovga qodirligi koeffitsiyenti beradi.

To'lov mablag'lariga pul mablag'lari, qimmatli kog'ozlar, debitorlik qarzlari, tovar-moddiy zaxiralar kiradi.

Qisqa muddatli majburiyatlarga joriy kreditorlik qarzlari, qisqa muddatli kreditlar va qarzlari kiradi.

Tahlilning maqsadi

Tahlilning maqsadi bo'lib, xo'jalikning to'lovga qodirligi koeffitsiyentini o'rganish asosida uning darajasini yanada oshirish imkoniyatlarini aniqlash hisoblanadi.

Balans bo'yicha to'lov qobiliyatini tahlil etishga kirishishdan oldin balans aktivi va passividagi moddalarni maxsus belgilari bo'yicha guruhlash maqsadga muvofiq bo'ladi.

Balansning aktividagi xo'jalik mablag'lari «likvidlik darajasi (ya'ni pulga aylanish tezligi)» bo'yicha va balansning passividagi xo'jalik mablag'larining manbalari «to'lov muddatlari darajasi» bo'yicha maxsus guruhlariga bo'linadi.

Balans aktivlarini pulga aylanish tezligi bo'yicha quyidagi 4-ta guruhga bo'lib, tahlil etiladi.

A1 – eng yuqori likvidli aktivlar. Bu guruhga korxonaning barcha pul mablag'lari va qisqa muddatli investisiyalari (qimmatli qog'ozlar) kiradi.

A2 – tez realizasiya etiladigan aktivlar. Ushbu guruhga barcha debitorlik qarzlari kiritiladi.

A3 – Sekinlik bilan realizasiya etiladigan aktivlar.

Bu guruhga tovar moddiy ishlab chiqarish zaxiralari kiritiladi.

A4 – qiyinchilik bilan realizasiya etiladigan aktivlar.

Bu guruhga «Uzoq muddatli aktivlar» kiritiladi

Balans passivini «To'lov muddati darajasi» bo'yicha quyidagi 4 ta guruhga bo'lib, tahlil etiladi.

P1 – Tezlikda to'lanadigan majburiyatlar. Bu guruhga joriy kreditorlik qarzlari bilan o'z vaqtida qaytarilmagan bank ssudalari kiradi. Joriy kreditorlik qarzlari jami kreditorlik qarzlaridan Vazirlar Mahkamasining qarorlari bilan to'lov muddati uzaytirilgan kreditorlik qarzlarini chegirib tashlash orqali aniqlanadi.

P2 – Qisqa muddatli passivlar.

Ushbu guruhga muddatida qaytarilmagan ssudalardan tashqari qisqa muddatli kreditlar va qisqa muddatli qarzlar kiradi. Bularning hajmini aniqlash uchun qisqa muddatli kreditlar va qarzlar so'mmasidan Vazirlar Mahkamasining Qarorlari bilan to'lov muddati o'zaytirilgan ssuda qarzlari so'mmasini chegirib tashlash kerak. Bularni mo'tadil qisqa muddatli kreditlar va qarzlar deb atash zarur.

P3 – Uzoq muddatli passivlar.

Ushbu guruhga uzoq muddatli kreditlar va uzoq muddatli qarzlar kiradi.

P4 – Doimiy passivlar.

Bu guruhga balans passivining 1-bo'limidagi «O'z mablag'larining manbalari» ning jami kiritiladi.

To'lovga qodirlikni ifodalovchi ko'rsatkichlar o'z navbatida uch turga bo'linadi. Bularni kuyidagi shakldan ko'rish mumkin.

To'lovga qodirlik ko'effitsiyentlarini hisoblash tartibi

Koeffitsiyentlar nomi	Koeffitsiyentlarni hisoblash usuli	Koeffitsiyentlarni hisoblashda qo'llaniladigan ko'rsatkichlarning nomi
1.Mutlaq to'lovga qodirlik ko'effitsiyenti	$K_{mq} = \frac{A1}{P1 + P2} = 0.5$	A1-Pul mablag'lari va qisqa muddatli investitsiyalar (qimmatli qogozlar). P1-Joriy kreditorlik qarzlari. P2-Mo'tadil qisqa muddatli passivlar (kreditlar va qarzlar)
2.Oraliq to'lovga qodirlik ko'effitsiyenti	$K_{oq} = \frac{A1 + A2}{P1 + P2} \geq 1$	A2-Debitorlik qarzlari, (tez realizasiya etiladigan tovarlar)
3.Joriy to'lovga qodirlik ko'effitsiyenti	$K_{jq} = \frac{A1 + A2 + A3}{P1 + P2} =$	A3-Sekinlik bilan realizasiya etiladigan aktivlar

Balans-netto asosida ma'lum sanaga to'lovga kodirlikni ifodalovchi koeffitsiyentlar aniqlanadi. Ularning o'zgarishi zanjirli bog'lanish usuli yordamida tahlil qilinadi. Endi, ushbu koeffitsiyentlarning tahlilini ko'rib chikamiz.

Mutlaq to'lovga qodirlik koeffitsiyentining tahlili. Ushbu koeffitsiyent o'zgarishiga yuqorida keltirilgan formuladan ko'rinib turibdi, uch guruh omil ta'sir qiladi.

1. Joriy kreditorlik qarzlari hajmining o'zgarishi (P1)
2. Qisqa muddatli kreditlar va qarzarlar so'mmasining o'zgarishi (P2)
3. Eng yuqori likvidli aktivlar so'mmasining o'zgarishi (A1)

Ushbu omillarning ta'sirini aniqlashdan oldin quyidagi 4-ta zanjirli bog'lanish ko'rsatkichlari aniqlanib olinadi.

$$I. \frac{A_{10}}{P_{10}+P_{20}} \quad II. \frac{A_{10}}{P_{11}+P_{20}} \quad III. \frac{A_{10}}{P_{11}+P_{21}} \quad IV. \frac{A_{11}}{P_{11}+P_{21}}$$

Ushbu ko'rsatkichlardan foydalanib, mutlaq to'lovga qodirlik koeffitsiyentining o'zgarishiga omillarning ta'siri aniqlanadi.

Ikkinchi bog'lanish ko'rsatkichidan (1- shartli bog'lanish koeffitsiyentidan) bazis davridagi mutlaq likvidlik ko'rsatkichini ayirish orqali koeffitsiyentning o'zgarishiga joriy kreditorlik qarzlari hajmi o'zgarishining ta'siri aniqlanadi.

Koeffitsiyentning o'zgarishiga qisqa muddatli passivlar so'mmasi o'zgarishining ta'sirini aniqlash uchun uchinchi bog'lanish ko'rsatkichidan 2-nchi bog'lanish ko'rsatkichini ayirib tashlash kerak.

Koeffitsiyentning o'zgarishiga eng yuqori likvidli aktivlar so'mmasi o'zgarishining ta'sirini aniqlash uchun 4-bog'lanish ko'rsatkichidan (yil oxiridagi to'lovga qodirlik koeffitsiyentidan) 3-bog'lanish ko'rsatkichini ayirib tashlash kerak. Omillar ta'sirlarining yig'indisi mutlaq to'lovga qodirlik koeffitsiyentining umumiy o'zgarishiga teng kelishi shart. Shundan keyin omillarning har birining ta'siriga baho berilib, uni oshirish imkoniyatlari ko'rsatiladi. Oraliq va joriy to'lovga qodirlik koeffitsiyentlarining omilli tahlili ham mutlaq to'lovga qodirlik koeffitsiyentining tahlilidan farq qilmaydi. Bularda ham omillar tasiri zanjirli bog'lanish usulini qo'llash orqali amalga oshiriladi.

Oraliq to'lovga qodirlik koeffitsiyentining tahlilini quyidagi for-muladan foydalanib ,amalga oshirish kerak:

$$K_{0q} = \frac{A1 + A2}{P1 + P2}$$

Omillarning ta'sirini aniqlashdan oldin "Mutlaq to'lovga qodirlik koeffitsiyentining tahlili"dagi kabi zanjirli bog'lanish ko'rsatkichlari aniqlanib olinishi zarur. Shundan keyin tahlilni amalga oshirish kerak. Joriy to'lovga

qodirlik koeffitsiyentining tahlilini quyidagi formula yordamida amalga oshiriladi:

$$K_{Jq} = \frac{A1 + A2 + A3}{P1 + P2}$$

Bu yerda ham tahlil qilish tartibi mutlaq va oraliq to'lovga qodirlik koeffitsiyentlarini tahlil qilish usuliga o'xshaydi. Shuning uchun tahlilni mustaqil bajarishga qoldirdik.

8.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyalashtirish manbalari va kredit bilan taminlash masalalari

Kichik va o'rta korxonalariga modiyaviy-iqtisodiy yordam ko'rsatish muhimahamiyatga ega, chunki ular endigina yaratilib, oyokda turayotganda moliyaviy yordamga muxtoj bo'ladilar.

Jahon amaliyotida ham bu eng murakkab masaladir, chunki ular tavakkal qilib ish ko'rishlari va garovga qo'yadigan mol-mulklari etarli bo'lmagani uchun ham tijorat banklari kichik korxonalariga kredit berishni uncha xushlamaydi. O'zbekistonda hozirda davlat moliya resurslari va xorijiy manbalarni jalb etgan holda kichik va o'rta korxonalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlashning kompleks tuzulmasi shakllandi.

1. 1993 yilda «Biznes-fond» yaratildi va u 1995 yili xususiy tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirishga ko'maklashish Fondiga aylantirildi. Uni ixtiyoriga davlat mulkini xususiylashtirishdan tushgan pulning 15% o'tkaziladi (ilgari). Bu fond tartibidan 1995 yili «Madad» sug'urta agentligi ajralib chikdi.

2. Tadbirkorlar palatasi qoshida 1996- yil tadbirkorlarga kafolatli moliyaviy yordam berish Fondi yaratildi.

3. Mehnat Vazirligi qoshida nobyudjet banddikka ko'maklashish Fondi yaratildi.

4. Dexdon-fermer xo'jaliklari Kengashi qoshida dehqon va fermer xo'jaliklarini qo'llab-quvvatlash Fondi tashkil kilindi.

Kichik va o'rta tadbirkorlar uchun ko'pi bilan kreditni qaytarish 15% darajasida olinadi. Lekin bu miqdor mijozning shart-sharoitlariga karab o'zgarishi mumkin. Bank «Biznes-fond» o'tkazgan pulni 10 kun ichida kredit sifatida mijozlarga tarqatishi kerak. Aks holda u «Biznes-fond»ga 30% miqdorida (pulidan) resurs sifatida to'laydi.

Yuridik shaxs huquqlariga ega bo'lgan boshlang'ich tadbirkorlar ro'yxatdan o'tganlaridan so'ng yarim yil nchida 5% kredit olishlari mumkin yoki Markaziy bank qayta moliyalashtirish stavkasining 1/6 qismi hajmida kredit beriladi. Kichik korxonona, fermer xo'jaliklari uchun 300 minimal ish haqi miqdorida va dehqon xo'jaliklari, oilaviy tadbirkorlarga dastlabki (start) kapitalini shakllantirish uchun 150 minimal ish haki miqdorida mikrocredit-

lar beriladi (5%lik). Imtiyoz shundaki, 12 oygacha kredit foizi to'lanmaydi. Boshqa holatlarda kredit foizi 18 — 24 oydan keyin qaytariladi.

Dastlabki kapitalni shakllantirish uchun kreditlar faqat yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan mikrofirmalar va kichik korxonalar, dehqon va fermer xo'jaliklarga beriladi. Buning uchun ular davlat ro'yxatidan o'tganlaridan so'ng 6 oydan kechikmasdan kreditlash uchun ariza topshirgan bo'lishlari kerak. Nobyudjet mablag'lardan ajratilgan imtiyozli kreditlar foiz stavkasi bank marjasini ham o'z ichiga oladi. Dastlabki kapital uchun nobyudjet fondi hisobidan kreditlar 3 yil muddatga, dehqon va fermer xo'jaliklari uchun esa 2 yil muddatga beriladi.

«Biznes-fond» yo'li bilan kreditlar 10 yil muddatgacha berilib, bunda 2 yildan 5 yilgacha imtiyozli davr hisoblanadi. Bunday imtiyoz loyihaning qoplanish muddatiga bog'liq bo'ladi. Dehqon va fermer xo'jaliklarini qo'llab-quvvatlash fondi orqali kreditlar 3 yil muddatga beriladi.

Dastlabki (start) kapitalni shakllantirish uchun beriladigan kreditlar bo'yicha foizlar kreditlar berilgan kundan boshlab hisobdanadi va 12 oy o'tgandan so'ng qaytarilishi kerak. Tijorat banklari tomonidan kichik va o'rta biznes sub'yektlari uchun ajratilgan kreditlar hajmi 2002 yidda 30 foizga ortdi va qariyb 265 mlrd. so'mni tashkil etdi. «Biznes-fond» mablag'larini «Privaytbank», «Hamkor-bank», «Sanoat-kurilish banki», «Uy-joy kurilish bank» (JSB), lardan olish mumkin. Bu banklar 12%lik kredit bera oladi.

Markaziy bank ishlab chiqarish korxonalari uchun berilgan kredit so'mmasini kaytarib olish me'yorini 20%dan 30%gacha belgilab qo'yan. Bu juda katta foiz. Bunday foizdagi kreditlarni boy bo'lgan katta korxonalar olishi mumkin.

Masalan, Amerika bilan birgalikda Sergelida tashkil etilgan «Toshkent quvur zavodi» (Amerika ulushi 80 %) qo'shma korxonasiga shundan 20 % lik kredit berilgan. Bu korxonada bir yilda 2 mln. AQSh dollari miqdorida mahsulot ishlab chiqaradi. Korxonada 70 kishi ishlaydi. Eksport bilan shug'ullanadi. Bu korxonada Rossiyada joylashgan Amerika korxonasidan 57 mm.li truba lentasini keltirib bu yerda qayta ishlaydi, payvand izlarini yo'qotadi. Bu jarayonda 3 xil ish juda katta quvvatli dastgohlarda bajariladi. Metallni yumshatish 360° issiqlikda olib boriladi.

Toshkent viloyatining Qibray tumanida joylashgan 100% xorijiy investisiya bilan ishlaydigan «Dobro — Toshkent» Amerika korxonasi mavzini qadoqlab eksport qiladi.

Toshkentdagi (Akademiklar shaharchasida) Shveysariya bilan birga tashkil etilgan «Vitya» qo'shma korxonasi bir marta ishlatiladigan idishlar (stakanlar) ishlab chiqaradi. Bizning turmush tarzimizda hali ularga uncha talab yo'q, shu bois hozircha bu mahsulotni katta-katta xo'jaliklar, tashkilotlar xarid qilishmoqda.

8.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tizimida foyda hajmi va rentabellik darajasini hisoblash va tahlil qilish usullari.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tizimida mahsulotlarni sotishdan va xizmat ko'rsatishdan olingan foyda sof pul tushumi (qp) bilan ularning tannarxi (qz) orasidagi farq tariqasida aniqlanadi: $qp - qz$, q - sotilgan mahsulot miqdori., p - sotilgan mahsulot bir birligining bahosi., z - sotilgan mahsulot bir birligining tannarxi. Mahsulotlarni sotishdan olingan yalpi foyda tahlilini fermer xo'jaligi misolida ko'rib chiqamiz.

Hisobot yilidagi bir mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda summasini bazis yilidagi summasiga, yoki biznes-reja bo'yicha ko'zda tutilgan foyda summasiga solishtirib, o'zgarishi (ko'payishi yoki kamayishi) aniqlanadi:

$$(q_1 p_1 - q_1 z_1) - (q_0 p_0 - q_0 z_0) = \pm \Delta_{qpz}$$

q_1, q_0 - hisobot va bazis yillarida sotilgan mahsulot miqdori,

z_1, z_0 - hisobot va bazis yillaridagi 1 s mahsulot tannarxi.,

p_1, p_0 - hisobot va bazis yillaridagi 1 s mahsulot sotish bahosi.

Ushbu formuladan ko'rinib turibdiki, mahsulotni sotishdan olingan yalpi foydaning o'zgarishiga bevosita quyidagi uch omil ta'sir qiladi:

1. Sotilgan mahsulot miqdorining o'zgarishi;

2. 1 s mahsulotning o'rtacha sotish bahosining o'zgarishi;

3. 1 s mahsulotning o'rtacha ishlab chiqarish tannarxining o'zgarishi.

Yalpi foydaning o'zgarishiga omillar ta'sirlarining tahlilini «Ko'rsatkichlar farqi» usuli orqali amalga oshirish tartibiga to'xtaldik.

Yalpi foydaning o'zgarishiga sotilgan mahsulot miqdori o'zgarishining ta'sirini aniqlash uchun hisobot va bazis yillarida sotilgan miqdorlari orasidagi farqni (q_1, q_0) bazis yilida 1 s mahsulotni sotishdan olingan foyda summasiga (f_0) ko'paytirish kerak: $(q_1 - q_0) f_0 = \pm \Delta_q$

Yalpi foydaning o'zgarishiga o'rtacha sotish bahosi o'zgarishining ta'sirini aniqlash uchun hisobot va bazis yillaridagi o'rtacha sotish baholari orasidagi farqni hisobot yilida sotilgan mahsulotning miqdoriga ko'paytirish kerak: $(p_1 - p_0) q_1 = \pm \Delta_p$

Yalpi foydaning o'zgarishiga tannarx o'zgarishining ta'sirini aniqlash uchun hisobot va bazis yillaridagi 1 s mahsulotning tannarxlari orasidagi farqni hisobot yilida sotilgan mahsulotning miqdoriga ko'paytirish kerak:

$$(z_1 - z_0) q_1 = \pm \Delta_z$$

Omillar ta'sirlarining yig'indisi yalpi foydaning umumiy o'zgarishiga teng kelishi shart: $\Delta_q \pm \Delta_p \pm \Delta_z = \pm \Delta_{qpz}$.

Endi, tahlilni fermer xo'jaligida sotilgan bug'doy misolida 8.3.1-jadvalda keltirilgan ma'lumotlar asosida korib chisamiz

**Bug'doyni sotishdan olingan yalpi foyda dinamikasini tahlil qilish
uchun zarur bo'lgan malumotlar**

T/r	Ko'rsatkichlar	Bazis yili	Hisobot yili	O'zgarishi (+, -)
1	Sotilgan bug'doy, s	10409	12929	+2520
2	1 s bug'doy bahosi, so'm	36200	41200	+5000
3	1 s bug'doy tannarxi, so'm	32200	35000	+2800
4	1 s bug'doy foydasi, so'm	4000	6200	+2200
5	Yalpi foyda, ming so'm	41636	80159.8	+38523.8

8.3.1-jadvaldan ko'rinib turibdiki, xo'jalik bug'doyni sotishdan hisobot yilida 80159.8 ming so'm foyda olib, bu bazis yiliga nisbatan 38523.8 ming so'mga yoki 32.5 foizga oshgan:

$$(q_1 p_1 - q_1 z_1) - (q_0 p_0 - q_0 z_0) = (12929 * 41.2 - 12929 * 35.0) - (10409 * 36.2 - 10409 * 32.2) = 80159.8 - 41636.0 = +38523.8 \text{ ming so'm}$$

Buning sababini bilish uchun yuqorida keltirilgan omillarning ta'sirini «Ko'rsatkichlar farqi» usuli yordamida aniqladik.

Yalpi foydaning o'zgarishiga sotilgan bug'doy miqdori o'zgarishining ta'siri:

$$(q_1 - q_0) * f_0 = (12929 - 10409) * 4.0 = +2520 * 4.0 = +10080 \text{ ming so'm}$$

Demak, hisobot yilida bazis yiliga nisbatan sotilgan bug'doy miqdoring 2520 s.ga oshishi natijasida bug'doyni sotishdan olingan yalpi foyda summasi bazis yiliga nisbatan 10080 ming so'mga ko'paygan.

Yalpi foydaning o'zgarishiga o'rtacha sotish bahosi o'zgarishining ta'sirini:

$$(p_1 - p_0) * q_1 = (41.2 - 36.2) * 12929 = +5.0 * 12929 = +64645 \text{ mibg so'm}$$

Demak, hisobot yilidagi 1 s bug'doyning o'rtacha sotish bahosining bazis yiliga nisbatan 5.0 ming so'mga oshishi yalpi foyda summasini 64645 ming so'mga ko'payishiga sababchi bo'lgan..

Yalpi foydaning o'zgarishiga tannarx o'zgarishining ta'sirini:

$$(z_0 - z_1) * q_1 = (32.2 - 35.0) * 12929 = -2.8 * 12929 = -36201.2 \text{ ming so'm}$$

Demak, 1 s bug'doy tannarxi hisobot yilida bazis yiliga nisbatan 2.8 ming so'mga oshgan, bu esa yalpi foydaga salbiy tasir qilib, uning hajmini 36201.2 ming so'mga kamaytirgan. Sotilgan mahsulot tannarxi bilan foyda o'rtasida bilvosita bog'liqlik mavjud. Tannarx qimmatlashsa foyda kamayadi, aksincha tannarx arzonlashsa foyda ko'payadi. Bizning misolda 1 s paxta tannarxining qimmatlashishi (oshishi) umumiy xarajatni oshirib, yalpi foydani shu sumмага kamaytirgan. Keltirilgan omillar ta'sirlarining

yig'indisi yalpi foydaning umumiy o'zgarishiga teng kelishi kerak. Buni quyida keltirilgan 8.3.2-jadvaldan ko'rish mumkin.

8.3.2-jadval

Bug'doyni sotishdan olingan yalpi foydaning omilli tahlili.

T/r	Ko'rsatkichlar	Bazis yili	Hisobot yili	O'zgarishi (+, -)
1	Sotilgan bug'doy, so'm (Q)	10409	12929	+2520
2	1 s bahosi, so'm (P)	36200	41200	+5000
3	1 s tannarxi, so'm (Z)	32200	35000	+2800
4	1 s bug'doy foydasi, so'm (P-Z)-F	4000	6200	+2200
5	Bug'doyni sotishdan olingan yalpi foyda, ming so'm	41636	80159.8	+38523.8
	Shu jumladan o'zgarishi:			
	5.1 Sotilgan bug'doy miqdori o'zgarishi hisobiga	X	X	+10080
	5.2. 1 sbug'doy bahosi o'zgarishi hisobiga	X	X	+64645
	5.3. 1 s bug'doy tannarxining o'zgarishi hisobiga	X	X	-36201.2

Endi rentabellikning tahliliga to'xtalamiz.

Rentabellikning tahlili taqqoslashdan boshlanadi, ya'ni hisobot yilidagi rentabellik darajasini bazis yilidagi (yoki rejadagi) rentabellik darajasiga solishtirib, umumiy o'zgarishi aniqlanadi.

$$\frac{P_1 - Z_1}{Z_1} - \frac{P_0 - Z_0}{Z_0} = \pm \Delta_{PZ}$$

Sotilgan mahsulot rentabelligi darajasining o'zgarishiga quyidagi ikki omil ta'sir qiladi:

1. O'rtacha sotish bahosining o'zgarishi; 2. 1 s mahsulot tannarxining o'zgarishi.

Ushbu omillarning ta'sirini «Zanjirli bog'lanish» usulidan foydalanib aniqlash qulayroqdir.

Omillar ta'sirini aniqlashdan oldin «Shartli rentabellik darajasi» aniqlanadi. Buni quyidagi formuladan foydalanib, aniqlash mumkin:

$$P_{III} = \frac{P_1 - Z_0}{Z_0}$$

Shundan so'ng rentabellik darajasining o'zgarishiga omillar ta'sirini aniqlash mumkin.

«O'rtacha sotish bahosi o'zgarishi»ning rentabellik darajasining o'zgarishiga ta'sirini aniqlash uchun shartli rentabellik darajasidan bazis davridagi rentabellik darajasini chegirib tashlash kerak:

$$\frac{P_1 - Z_0}{Z_0} - \frac{P_0 - Z_0}{Z_0} = \pm \Delta_p$$

«1 s mahsulot tannarxi o'zgarishi»ning rentabellik darajasining o'zgarishiga ta'sirini aniqlash uchun hisobot yilidagi rentabellik darajasidan shartli rentabellik darajasini chegirib tashlash kerak:

$$\frac{P_1 - Z_1}{Z_1} - \frac{P_1 - Z_0}{Z_0} = \pm \Delta_z$$

Shu ikki omil ta'sirlarining yig'indisi sotilgan mahsulotlar rentabelligi darajasining umumiy o'zgarishiga teng kelishi kerak:

$$\Delta_{PZ} = \Delta_p \pm \Delta_z$$

Endi, yuqorida 8.3.2-jadvaldagi ma'lumotlardan foydalanib, sotilgan bug'doy bo'yicha uning rentabelligining omilli tahlilini ko'rib chiqamiz.

Rentayellik darajasining umumiy o'zgarishi

$$\frac{P_1 - Z_1}{Z_1} - \frac{P_1 - Z_0}{Z_0} = \frac{44,2 - 35,0}{35,0} - \frac{36,2 - 32,2}{32,5} = \frac{6,2}{35,0} - \frac{4,0}{32,5} = 0,177 - 0,114$$

= 0,063 yoki 6,3 %

Demak, hisobot yilidagi rentabellik darajasi bazis yilidagi rentabellik darajaga nisbatan 6.3 foizga oshgan.

Ba'ning oshishi hisobiga rentabellik darajasi 16,6 foizga oshgan

$$\frac{P_1 - Z_1}{Z_1} - \frac{P_1 - Z_0}{Z_0} = \frac{41,2 - 32,2}{32,2} - \frac{36,2 - 32,2}{32,2} = \frac{9,0}{32,2} - \frac{4,0}{32,5} = 0,280 - 0,114$$

= 0,166 yoki 16,6%

Tannarxning oshishi hisobiga rentabellik darajasi 10,3 foizga pasaygan

$$\frac{P_1 - Z_1}{Z_1} - \frac{P_1 - Z_0}{Z_0} = \frac{41,2 - 35,0}{35,0} - \frac{41,2 - 32,2}{32,2} = \frac{6,2}{35,0} - \frac{9,0}{32,2} = 0,177 - 0,280$$

= -0,103 yoki -10,3 %

Nazorat savol va topshiriqlari

1. Moliyaviy barqarorlik koeffitsiyenti qanday aniqlanadi va uning mazmunini tushuntiring

2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyalashtirish manbalarini bayon qiling

3. Yalpi foydaning o'zgarishiga o'rtacha sotish bahosi o'zgarishining ta'sirini aniqlash usulini tushuntiring. 4. O'rtacha sotish bahosi o'zgarishining rentabellik darajasining o'zgarishiga ta'sirini aniqlash tartibini tushuntiring

Mustaqil ish topshiriqlari.

Bug'doyni sotishdan olingan yalpi foyda dinamikasini tahlilini 8.3.2-jadvaldagi malumotlar asosida zanjirli bog'lanish usulini qo'llab, amalga

oshiring va foydani ko'paytirish imkoniyatlarini ko'rsatib, xulosa yozing. Bunda quyidagi bog'lanish ko'rsatkichlaridan foydalanib, tahlilni bajar-ing.

$$\text{I. } (q_0 p_0 - q_0 z_0)$$

$$\text{II. } (q_1 p_0 - q_1 z_0)$$

$$\text{III. } (q_1 p_1 - q_1 z_0)$$

$$\text{IV. } (q_1 p_1 - q_1 z_0)$$

Tavsiya etiladigan qo'shimcha adabiyotlar:

1. Qudratov T., Fayziyeva N. Qishloq xo'jalik korxonalari faoliyatining tahlili. Darslik. Samarkand-2010 yil.
2. Qudratov T., Fayziyeva N. Korxonalar faoliyatining tahlili va nazorati. Darslik. - T.: Voris nashriyoti, 2012 yil

9-mavzu. Tadbirkorlik etikasi va madaniyati

Dars o'quv maqsadi. Dars o'quv maqsadi bo'lib, tadbirkor rahbar etikasi va etiketi, tadbirkor rahbar va xodimlar o'rtasidagi munosabatlar va tadbirkor rahbar faoliyatida mojaroli holatlar va ularni hal etish usullarining mazmun-mohiyatini bayon qilish va ularni talabalarga o'rgatish hisoblanadi.

Tushunchalar va tayanch iboralar. Rahbar etikasi. Rahbar etiketi. So'rashish normasi. Ish protokoli. Ish hisoboti.

Ma'ruzani o'tish usuli (metodi). Ma'ruza "Bilaman. Bilishni xohlayman. Bilib oldim va aqliy hujum" usuli (metodi)ni qo'llash orqali o'tiladi.

Asosiy savollar

- 9.1. Tadbirkor rahbar etikasi
- 9.2. Tadbirkor madaniyati
- 9.3 Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari

Asosiy o'quv materiallari qisqacha bayoni

9.1. Tadbirkor rahbar etikasi

Tadbirkor faoliyati faqat tadbirkorlikning huquqiy va tashkiliy asoslariga bog'liq bo'lmasdan, u insonlar, qo'l ostida xizmat qiluvchi mutaxassis va ishchilar, ayniqsa, chet ellik hamkasblari –biznesmenlar doirasida umumaxloqiy me'yorlarga rioya qilishi bilan ham baholanadi. Ishdagi muvaffaqiyatning yarmidan ko'prog'i uning odobi, madaniyati, dunyoqarashi, ishbilarmonlik qoidalarini qay darajada bilishiga bevosita bog'liqdir.

Umuman, tadbirkorlik ham madaniyatdir. Aytishlaricha, madaniyatli odam tadbirkor bo'lishi shart emas, ammo tadbirkor inson madaniyatli bo'lishi lozim. Arastu (Arestotel) o'z zamonida birinchi bo'lib axloq to'g'risida gapirib: "Axloq – nimani qilishimiz va nimadan o'zimizni tiyishimiz kerakligini aniqlashimizga yordam beradi", - degan edi. Prezidentimiz I. Karimov axloq tushunchasiga quyidagicha ta'rif berdi: "Axloq – ma'naviyatning o'zagi. Inson axloqi shunchalik salom-alik, xushmuomaladangina iborat emas. Axloq bu, avvalo, insof va adolat tuyg'usi, inson, halollik degani".

Darhaqiqat, axloq biz uchun – avvalo, insoniy munosabatlar shuningdek insonlarning fe'l-atvorlari, ularning qanchalik maqbul nuqtai nazardan ko'rib chiqish va baholashga imkon beruvchi bilim sohasidir. Taraqqiy etgan davlatlarda, ayniqsa, Yaponiya va AQShda firmalarning "Etika kodeksi" va biznesmenlarning alohida kasb ustalari guruhlarining "Ishbilarmonlik kodeksi" keng qo'llaniladi. "Biznesmenlarning axloq kodeksi" birinchi marta AQShda 1913 yili ishlab chiqilgan bo'lib, unda tadbirkorlik

faoliyatini yuritishning asosiy qoidalari qabul qilingan. Bu qoidalar yagona asosga jamlangan bo'lib, ular biznes sohasidagi usul va siyosatni baholash, haqiqat va adolatlilik tushunchalari bilan uyg'unlashishi belgilangan.

Vaqt o'tishi bilan kodeks bir necha bor takomillashdi. Natijada, bu borada turli firmalar va kompaniyalar tomonidan to'plangan, ularning tajribasiga asoslangan, umumlashgan G'arb ishbilarmolik dunyosida keng ma'lum bo'lgan quyidagi "Biznesmenning axloq kodeksi" shakllandi:

1. Umumiy qoidalar

- xususiy mulk muqaddas, daxlsiz va mulkchilikning qolgan barcha shakllari bilan bir qatorda teppa-tengdir;

- tadbirkor – ishchanlik va yaratuvchanlik missiyasining jonkuyaridir. Uning kasbi astoydil faoliyatni, ishlab pul topishni talab qiladi. Bu uning obro'-e'tibori manbaidir;

- tadbirkor o'z mehnatining ahamiyatini anglay oladi. U o'z hamkorlaridan ishga mas'uliyat bilan yondashishni talab qiladi va uni qo'llab-quvvatlaydi;

- xususiy xo'jalik faoliyati ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanishiga olib keladi va tabirkorga o'ziga xos majburiyatlar yuklaydi.

2. Tadbirkor va davlat

- tadbirkor davlat va uning qonunlarini to'g'ridan-to'g'ri hurmat qilishi va ularga amal qilishi lozim. O'z navbatida, u bunday yondashuvni davlatdan ham talab qilishi kerak.

3. Tadbirkor va mijoz

- tadbirkor mijoz manfaatlari, jamiyat, davlat va atrof-muhit uchun zarar keltirmaslikka, unga amal qilishga majburdir;

- mijoz manfaatlari davlatning qonun va manfaatlariga zid bo'lgan holda tadbirkor bu to'g'rida mijozlarni ogoh qilishga majburdir;

- mijoz ofertlar va ishlab chiqaruvchilarni tanlash huquqiga egadir. Raqobat yuksak sifat kafolatidir;

- tadbirkor mijozni bilmaslik yoki ataylab uni adashtirish, shuningdek bajara olishga ishonchi bo'lmagan buyurtalarni qabul qilish hollariga yo'l qo'yishi mumkin emas;

- va'daga vafo va aniqlik tadbirkorning qimmatli kapitalidir. Qo'l berib tasdiqlangan so'z, imzo chekilgan shartnoma kuchiga egadir. Zero, unga binon majburiy tartibda og'zaki kelishuvni aks ettiruvchi yozma shartnoma rasmiylashtiriladi;

- shartnoma munosabatlarini bajarmaslik va yomon sifat tadbirkorning jamiyat va hamkasblari oldidagi g'oyat og'ir aybidir, chunki bu tadbirkorning sharafiga, nufuzi va yaxshi nomiga zarar keltiradi;

- tadbirkor va mijoz o'rtasidagi munosabatlar majburlash asosida emas, balki ixtiyoriy va o'zaro ishonch asosida vujudga keladi.

4. Tadbirkor va yollangan ishchilar

- tadbirkor yollangan ishchilarning iqtisodiy manfaatlari va insoniy qadr-qiyamatlariga nisbatan barcha mas'uliyatni o'z zimmasiga oladi. U o'z ishchilaridan qonunlarga amal qilishini talab etadi va o'zi ham shunga rioya qiladi;

- muayyan huquq va majburiyatlar mavjud qonun doirasida mehnat shartnomalarini tuzish chog'ida aks ettiriladi.

5. Tadbirkor va tadbirkorlar ittifoqining boshqa a'zolari

- tadbirkorlar ittifoqi a'zolari uchun qonunga muvofiq raqobat majburiydir va axloqning muayyan tamoyillariga amal qilishni talab qiladi;

- teng huquqli bo'lmagan sharoitdagi har qanday bozor faoliyati (raqobat) qabul qilingan me'yorlarga zid hisoblanadi. O'z xususiy mahsuloti yoki xizmatlarini raqobatchilar zaifligi hisobiga reklama qilish axloqsizlikka kiradi;

- raqobatchilik kurashida tadbirkor siyosiy mansubligi yoki jamiyatdagi egallagan mavqeyi va afzalliklaridan foydalanishga haqqi yo'q. Tadbirkorlar raqobatchilarning mualliflik huquqi yoki patent huquqini tan olishi shart;

- kredit va nafaqalarga taalluqli takliflar tanlov asosida taqsimlanadi, natijalar zudlik bilan barcha manfaatdor tomonlarga yetkaziladi. Ittifoq a'zolari o'rtasida munozarali masalalar vujudga kelgan taqdirda, ular o'zaro kelishuvga muvofiq bu masalani ittifoq nazorat kengashiga kiritishi mumkin. Qabul qilingan qaror ikkala tomon uchun ham bajarilishi majburiy hisoblanadi.

6. Javobgarlik va ta'qiqlar

- tadbirkorlar ittifoqiga a'zolik, har bir tadbirkordan mazkur axloq kodeksiga rioya etilishini talab qiladi;

- axloq kodeksiga amal qilmaslik va uning har qanday tamoyillarini buzish, ittifoqdagi muayyan a'zoning a'zolini to'xtatish uchun asos bo'ladi. Har bir alohida hol ittifoq boshqaruvi tomonidan ittifoq a'zosi ishtirokida ko'rib chiqiladi;

- qaror ustidan shikoyat qilishga faqat tadbirkorlar ittifoqi syezdi oldidan imkoniyat mavjud bo'lib, uni bekor qilish yoki kuchda qoldirish masalasi ko'rilishi mumkin.

Ko'rib turibmizki, kodeksda gap tadbirkorning xulq-atvori me'yorlari to'g'risida, uning ish usuli, kishilar bilan muomala qilish tabiati, ijtimoiy qiyofasiga nisbatan madaniy jamiyat qurayotgan talablar to'g'risida bormoqda.

9.2. Tadbirkor madaniyati

Tadbirkor madaniyati deganda tadbirkor odobi va iqtidori o'rtasidagi dialektik bog'lanish tushuniladi. Bu bog'lanish quyidagi fazilatlar majmuasida o'z aksini topadi:

Odob – aqlning suyanchig'i, barcha fazilatlarining mezoni. Bejiz xalqimizda: "Aql bilan odob – egizak", deyishmaydi. Odob – yaxshilik bilan yomonlikning farqini bilish, foyda bilan zarar orasidagi tafovutni anglashdir. Odob vositasida kishi o'z jonini yomon xislatlardan davolaydi, yoqimsiz ayblardan poklaydi, chiroyli fazilatlardan bezaydi.

Odob tadbirkorni eng chiroyli xulq bilan qurollantiradi. Natijada aql egalari bunday tadbirkordan har ishda rozi bo'lishadi. Odobli tadbirkor esa kundan kunga obro' topadi, nufuzi oshadi, ishlari ravnaq topadi.

Umuman odob ikki xil bo'ladi:

- hikmat odobi;
- xizmat odobi.

Hikmat odobi poklik va to'g'ri yo'lga etaklaydi. **Xizmat odobi** esa badavlatlik va obro'ga yetkazadi. Har ikkisi ham ulug' fazilat bo'lib, biri aziz qilsa, ikkinchisi qudratli qiladi.

Odob rahbari aql va axloq egasi bo'lishga, vijdonli, or-nomusli, sof ko'ngilli, subutli bo'lishga da'vat etadi.

Imon arabcha so'z bo'lib, lug'aviy ma'nosi – ishonchdir. Imonli kishini, xususan rahbari yoki tadbirkorni qisqacha shunday tavsiflash mumkin:

• **e'tiqodli**, ya'ni o'z fikr va qarashlariga mahkam, sobitqadamlik bilan ishonish va o'zgalarni ham o'zidek hisoblab, ularning lafziga samimiyat bilan ishonishdir. Ye'tiqod jur'atni, mardlikni, fidoiylikni taqozo etadi;

• **maslakli**, ya'ni o'ziga xos aqidalari bilan boshqalardan ajralib turuvchi ijtimoiy, siyosiy, ilmiy, g'oyaviy va diniy yo'l sohibi;

• **taqvodor**, ya'ni birovning haqiga xiyonat qilmaydigan;

• **sharm-hayoli**, ya'ni har qanday nojo'ya xatti-harakatlardan o'zini tiya oladigan;

• **oriyatli**, ya'ni o'ziga nomunosib yoki yep ko'rilmagan ishdan, narsadan hijolat tortadigan;

• **andishali**, ya'ni oqibatini o'ylab ish qiladigan, yuz-xotimi biladigan, farosatli;

• **vijdonli**, ya'ni nohaq, adolasiz ishlardan g'azabga keladigan, bularga qarshilik bildiradigan, o'z faoliyatining yaxshi tomonlaridan qanoatlanib, xursand bo'ladigan, yomon tomonlaridan norozi bo'lib, ruhan yeziladigan, ya'ni vijdon azobiga tushadigan.

Oddiy tarzda aytganda:

Imon uya narsaning butunligidan hosil bo'ladi: ye'tiqod, iqror va amal. Ye'tiqod – ishonch. Iqror – so'zda buni tan olish. Amal – ya'shi ishlar bilan uni isbotlash.

Insaf – adolat va vijdon amri bilan ish tutish tuyg'usi va qobiliyati, ishda, kishilarga munosabatda halollik, to'g'rilik. Barobarlik, sofdillik va

haqiqatgo'ylikdir. O'zgani o'z o'rniga va shuningdek o'zini o'zgani o'rniga hayolan qo'yib ko'rish ham insofga kiradi. Yuqorida ta'kidlaganimizdek, to'q ochni, boy kambag'alni, baxtli baxtsizni, tolei baland tolei zabunni, omadli omadsizni, sog'lom va bemorni o'z o'rniga qo'yib ko'rolsa va aksincha ham xuddi shunday bo'lsa, olam guliston – insofililar safi ko'payaveradi.

Insof – har qanday kishining, xususan, rahbar yoki tadbirkorning jamiyat oldida, tevarak-atrofidagi kishilar nazarida o'z xatti-harakati bilan ma'naviy mas'uliyatni his etishining ifodasidir.

Adolat – barcha fazilatlar ichidagi eng oliy fazilatdir. Adolatparvar tadbirkor yoki rahbarning axloqiy hislatlari bemalol qonun o'rnini bosa oladi. **Ulug' alloma Nasriddin Tusiy ijtimoiy adolatning uch asosiy talabi mavjudligi** va jamiyat taraqqiyotini belgilovchi muhim omil ekanini alohida uqtirgan edi:

Adolatning birinchi talabi, aholi turli tabaqalarining o'zaro uyg'un bo'lishini ta'minlashdir.

Adolatning ikkinchi talabi, el-ulusning haq-huquqini teng ta'minlagan holda kishilarni xizmatga tayinlashda shaxsning salohiyati va imkoniyatlaridan kelib chiqish.

Adolatning uchinchi talabi, barchaning teng farovonligini himoya qilish bilan birga bu farovonlikni yuzaga keltirishdagi xizmati va huquqiga qarab, har bir inson o'z ulushini olishga imkon yaratishdan iborat.

Bu kabi davr va hayot tajribasida tasdiqlangan fikrlar sakkiz asr chamasi o'tib, Prezident **Islom Karimovning** rahbarlik faoliyatida o'ziga xos tarzda ifoda topmoqda. Bunga ishonch hosil qilish uchun yurtboshimizning ma'ruzalaridan biridagi ushbu fikrga diqqat qilaylik: “Davlat jamiyatning keskin tabaqalanishiga – oshib-toshib ketgan boylaru, kambag'al qashshoqlarga bo'linib ketishga yo'l qo'ymasligi kerak”.

Adolatning ikkinchi talabi sifatida Prezident jamiyat taraqqiyoti va uning siyosiy muhitini belgilashda rahbar kadrlarni tanlash va ularni joy-joyiga qo'yishga katta ahamiyat beradi va bu masalaga hal qiluvchi ma'naviy-siyosiy omil, tub islohotlarning tayanchi va bosh yo'naltiruvchi kuchi, deb qaraydi: “Xalqning dardiga befarq qaraydigan, o'z manfaatidan boshqa narsani o'ylamaydigan, xudbin va ta'magir rahbarlar mamlakatimiz ravnaqiga, xalqimiz farovonligiga to'siq bo'lmoqda. Endi ular bilan murosa qilib bo'lmaydi. Bizga shunday rahbarlar kerakki, toki ular elim deb, yurtim deb kuyib-yonib, o'z halovatlaridan kechib mehnat qilsinlar!

Barcha bo'g'inlarda insofli, diyonatli, bilimdon, tajribali rahbarlar boshchilik qilmas yekan, mustaqil mamlakatimizning obro'si, uning manfaati uchun mardlik, jonkuyarlik bilan ishlamas yekan ishlarimiz ko'ngildagidek bo'lmaydi”.

Adolatli jamiyatda xalqning yertangi kunga ishonchi va bunyodkorlik

ishiga rag'bati kuchli bo'ladi. Shuning uchun ham Prezidentimiz: "Biz shunchaki demokratik davlat emas, balki adolatparvar demokratik davlat qurishga intilyapmiz. Adolatga intilish – xalqimiz ma'naviy-ruhiy dunyosiga xos eng muhim xususiyat. Adolatparvarlik g'oyasi butun iqtisodiy va ijtimoiy munosabatlar tizimiga singib ketishi, ijtimoiy ko'maklashuv mexanizmda o'z aksini topishi kerak", - masalasini dolzarb vazifa qilib qo'ydi.

Ular ishda mardlik, chidamlilik, o'z-o'zini boshqara olish, tashabbuskorlik kabi hislat va fazilatlariga ega bo'lishadi, o'z xatti-harakatlariga hamisha tanqidiy ko'z bilan qaraydilar, doimo olg'a qarab intiladilar, erishgan samaralari bilan hych qachon cheklanib qolishmaydi. Iqtidorli insonlar o'z faoliyatlari bilan hatto ba'zi bir kamharakat katta iste'dod egalari nisbatan ham jamiyatga ko'proq foyda yetkazishadi.

Qayd qilingan fazilatlar mujassamlanmagan rahbar rahbarlik lavozimiga yoki tanish-bilish yoki qarindosh-urug'chilik, yoinki pora berib erishgan. Bu nafaqat davlatning, balki butun xalqning turgan-bitgan sho'ridir.

Xodimlarni qabul qilish madaniyati. Tadbirkor o'z navbatida rahbardir. U xodimlarni qabul qilish madaniyatiga ega bo'lishi lozim. Chunki xodimlarni qabul qilish, ularning tashvishlariga quloq solish, og'irlarini engil qilish har bir rahbarning burchi va vazifasi hisoblanadi. Shuning uchun ham qabul madaniyatiga rioya qilish uchun rahbar quyidagilarga e'tibor bermog'i lozim:

- suhbatdoshingizni qancha vaqtigingiz borligi to'g'risida ogohlantiring;
- faqat suhbatdoshingiz gaplarini inobatga olib, vaziyatni ko'z oldingizga keltiring;
- to'xtatib bo'lmaydigan, uzil-kesil munozaradan o'zingizni tiying;
- o'z fikringizni ishonchli va batafsil bayon eting;
- o'z g'oyangizni izchillik bilan bayot eting;
- ovozingizni baland qilmasdan gapiring, so'zlaringiz dona-dona va ravon bo'lsin;
- qarshi tanbeh hollarda o'zingizga nisbatan tanqidiy yondashing;
- shunchaki fikrlash yoki haqiqatan ham shunaqami – bular o'rtasidagi farqni biling;
- savollarni shunday tuzingki, ularni tushunish bir xilda bo'lsin;
- muammo muhokamasini aniq yechim bilan tugating;
- ishni qalashtirmang, zudlik bilan ko'rsatma bering;
- suhbatdoshingizni yumushi o'zi uchun o'ta muhim ekanligini unut-mang.

Qabulingizda bo'lgan shaxsning muammosini hal etishga imkoniyat bo'lmagan taqdirda ham siz uni samimiy iltifot bilan kuzating va hayrixohlik bilan ishining o'nglanib ketishiga umid baxshida yeting.

Umuman, xizmat yuzasidan qabul chog'ingizda quyidagi qoidaga rioya qilsangiz, nur ustiga a'lo nur bo'lar edi:

Uchrashuv chog'ida – xushfe'llik.

Quloq solish chog'ida – e'tibor, rag'bat.

Bahslashuv chog'ida – ko'p narsani bilishga qiziquvchanlik.

Tanqid chog'ida – o'zini tuta bilish.

Tashkilotda rahbarlardan qaysi biri, qanday masala yuzasidan kishilarni qabul qilishi aniq belgilab qo'yilishi zarur. Bo'ysunuvchilarni iltimosiga ko'ra, qabul qilganda rahbar ularga iltimos va takliflarini qisqa bayon qilishni o'rgatishi lozim. Agar rahbar o'zi taklif yetib qabul qilsa, bo'ysunuvchi bu haqda oldindan xabardor qilinishi kerak. Suhbat chog'ida ishonch muhitini vujudga keltirishi lozim, suhbatdoshni majbur qilish, sha'nini kamsitish mumkin emas.

Kengash va majlislarni olib borish madaniyati. Tadbirkor rahbar kengash va majlislarni olib borish madaniyatiga ham ega bo'lishi kerak. Kengash – jamoa fikri. Aql zakovatini muayyan masalani muhokama etish va oqilona qaror qabul qilish maqsadida uyushtirilgan majlisdir. **Sohibqiron Amir Temur kengash to'g'risida shunday deydi:** “Kengash ikki turli bo'lur. Biri – til uchida aytilgani, ikkinchisi – dildan chiqqani. Til uchida aytilganini (shunchaki) eshitardim. Dildan aytilgan maslahatni esa qalbim qulog'iga quyardim va dilimga joylardim. Agar (g'anim ustiga) lashkar tortmoqchi bo'lsam, urush-yarashdan o'rtaga so'z tashlab, amirlarim ko'ngillarining bu ikkovidan qay biriga moyilligini bilishga intildim. Agar yarashdan so'z ochsalar. Buning foydasini urush ziyoniga solishtirib ko'rardim. Agar urushga moyil bo'lsalar, uning naf va foydasini yarash ziyoniga taqqoslab ko'rardim, qaysi biri foydaliroq bo'lsa, shuni ixtiyor qilardim”.

9.3. Tadbirkor rahbar faoliyatining ro'hiy-psixologik xususiyatlari

Bozor iqtisodiyoti sharoiti tadbirkor rahbarlardan tadbirkorlik va ishbilarmonlik, boshqaruv uslublarni takomillashtirishni talab etadi. Boshqarish uslublari, asosan, ongli ravishda muayyan maqsadlarga erishish uchun xizmat qiladi. Ular mohiyati va maqsadiga ko'ra tarbiyaviy, moddiy rag'batlantiruvchi, ma'muriy-tashkiliy turlarga bo'linadi.

Tarbiyaviy uslub, insonning ma'naviy takomillashishi, ruhiyatiga va boshqa ijtimoiy xarakteriga mos ravishda tashkillashtiriladi.

Moddiy rag'batlantiruvchi uslub esa mehnat samaradorligini oshirish, mahsulot sifatini yaxshilash uchun ishchilarni moddiy qiziqitirish maqsadida tashkil etiladi.

Ma'muriy-tashkiliy uslub asosan jamiyat talablarini qondirishga qaratilgan bo'lib, ishlab chiqarish jarayoni va mehnat taqsimotini rejali olib

borish uchun qo'llaniladi. Bu uslub ikki turda bo'lishi mumkin: uzoq muddatga moslashtiriladigan va bir martalik bo'lishi mumkin. Shart-sharoitiga ko'ra, kerakli uslub qo'llaniladi va bu takomillashtirib boriladi. Boshqarish uslublarini takomillashtirishdan asosiy maqsad daromadni to'g'ri taqsimlash, har bir ishchi, xizmatchining o'z mehnatiga yarasha daromad olishini ta'minlashdir. Demak, boshqarish uslublarini hayotga shunday tatbiq etish kerakki, har bir inson mehnat qilsagina, turmushi yaxshi bo'lishiga ishonch hosil qilsin.

Xo'sh, boshqarish san'ati nima? Boshqarish san'ati tadbirkor rahbarlardan talab qilinadigan eng asosiy xislatlardan bo'lib, uning qo'l ostidagi ishchi-xizmatchilar bilan yaxshi munosabat o'rnatishi, korxonada ishlab chiqarishning eng samarali natijalarini beradigan muhit yaratishni taqozo etadi.

Yaponiyaning boshqarish uslubi ana shu tamoyil asosiga qurilgan. Yaponlarning boshlang'ich ijtimoiy sharoiti shundayki, ular ishchini ijtimoiy himoya qilish bilan birga ma'naviy tarbiyalab boradilar, inson ruhiyatidan (psixologiyasidan) to'g'ri foydalanadilar, ishchini ishga tayyorlash jarayonida xalqqa ma'lum bo'lgan uslublarni qo'llaydilar, ya'ni bajariladigan ishning nozik tomonlari va qat'iylikni o'rgatadilar. Ishchining ish joyini tez-tez o'zgartirishi qat'iy qoralanadi, shu sababli ishchilar bir ish joyida uzoq yillar davomida ishlab, o'z kompaniyasiga sodiq bo'lishadi. Natijada, ishchilarning tajribasi va malakasi juda yuqori bo'ladi, bu esa, o'z navbatida, mehnat unumdorligining o'sishi, yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarishiga olib keladi.

Bizda ham har bir tadbirkor rahbar ish joylarida mana shunday uslubni tashkil qila olishi kerak. Shundagina sifatsiz mahsulot sonini kamaytirib, yuqori sifatli mahsulot olishga erishish mumkin.

Tadbirkor rahbarning tashkilotchiligi – mehnat jamoasini uyushtirish, jipplashtirish, ishlab chiqarish va tarbiyaviy jarayonlarga ta'sir ko'rsatish, guruh faoliyatini oliy maqsadlarga qarata olish qobiliyati kabi masalalarni qamrab oladi.

Qanday tadbirkor rahbar muvaffaqiyatlarga tez erishadi? Ruhshunos olimlar uning bir necha omillarga bog'liqligini ta'kidlaganlar.

Bular quyidagilardir:

Tadbirkor rahbarda tashkilotchilik qobiliyatining namoyon bo'lishi:

- jamoada sof axloqiy muhit paydo qila olishi, hammaning hamkorlikda harakat qilishini ta'minlay olishi;

- kishilarni ishontira olishi va jamoada o'zaro yaxshi munosabatlarni qaror toptirish uchun shart-sharoit yaratishi.

Rahbarning kishilar bilan til topib ishlash mahorati:

- tadbirkor o'z qo'l ostidagilarning nimaga qodirligini hisobga olib ishlarni taqsimlashi;

- kishilarni uyushtirishning eng muhim omillaridan foydalanishi;
- har bir kishining ruhiy-psixologik kayfiyatlariga mos ravishda muloqot qilishi.

Tadbirkor rahbarning mehnatga munosabatida ishbilarmonligi:

- ishlab chiqarish va boshqa jabhalarda har xil muammolarni hal etishda eng qulay yo'llarni izlab topish;
- vijdonlilik va adolatlilik;
- boshlagan ishlarni oxiriga yetkazish.

Rahbar faoliyatida ijro etish qobiliyatining namoyon bo'lishi:

- kasbiy malaka va ko'nikmaga ega bo'lishi;
- texnik vazifalarni hal etishga uquvliligi;
- yangiliklar va g'oyalarni ishlab chiqarishga joriy etib borishi.

Tadbirkor rahbarning qarorlarni qabul qilishdagi uquvi:

- mustaqil ravishda qarorlar qabul qila olish;
- qabul qilgan qarorining oqibati va natijalarini ko'ra bilishi;
- ishlab chiqarishda sodir bo'luvchi turli holatlarni hisobga olib borishi,

tanglikdan qutulish yo'llarini izlashi;

- noto'g'ri qaror qabul qilganda o'z xatolarini bo'yniga olishi;
- xodimlarni boshqaruv masalalariga ko'proq jalb etishi.

Tadbirkor rahbarning kishilarga munosabati:

- o'z va'dasi, so'zining ustidan chiqishi;
- kishilarni bir-biridan ajratmasligi – hammaga bir xil munosabatda bo'lishi;

- o'z qo'l ostidagilar va boshqalarga tavozeda bo'lishi va o'zini tuta bilishi, odobliligi va xushmuomalaligi;

- kishilarga munosabatda har bir kishining ruhiy-psixologik xususiyatlarini hisobga olib muomalada bo'lishi.

Tadbirkor rahbarning o'z-o'ziga talabchanligi:

- o'z xatti-harakatlarini tanqidiy baholay olishi;
- o'z imkoniyatlarini hisobga olib ishlashi;
- boshqalarning unga bergan yaxshi va yomon baholarini tahlil yetib, ulardan tegishli xulosa chiqarishi.

Rahbar o'zida quyidagi ruhiy-psixologik, fiziologik, axloqiy, ma'naviy va ishbilarmonlik sifatlarini mujassamlashtirgan bo'lishi kerak.

Tadbirkor rahbarning ruhiy-psixologik xususiyatlari:

Nutq va tafakkur sifatleri – kuchli xotira, doimiy diqqatning barqarorligi, sog'lom aql, fikrning kengligi, chuqurligi, tezligi, muammo mohiyatini tez anglab olish, ijodiylik, fikrni og'zaki va yozma shaklda qisqa, tushunarli, aniq tarzda ifodalash.

Xarakter sifatleri – maqsadga intiluvchanlik, dadillik, mardlik, ishonch, o'zini tuta bilish, o'zi va boshqalarga nisbatan talabchanlik, tavakkal qilish

qobiliyati, qiyin vaziyatlarda ham o'zini yo'qotmaslik, hazil-mutoyiba tuyg'usi.

His-tuyg'u sifatlari – his-tuyg'ularning turg'unligi, aniqligi, ifodaliligi, kuchli xayajonli holatlarda to'g'ri harakatlar qilish qobiliyati, muloqotga kirishganda boshqalar kayfiyatini, his-tuyg'ularini hisobga olish, o'z his-hayajonlarini va kayfiyatlarini boshqara olish.

Xulq-atvor sifatlari – yanada yaxshilashga intilish va uni himoya etish, kishilar bilan munosabatda samimiylik, halollik.

Tadbirkor rahbarning ruhiy-fiziologik sifatlari:

1. Arzimas narsalardan janjal chiqarmaslik, achchiqlanmaslik, ba'zan ko'rib ko'rmaganga olish.

2. Ruhiy jarayonlarda bosiqlik.

3. Ruhiy, xayajonli xavf-xatar hollarida o'zini yo'qotib qo'ymaslik.

4. O'zini anglashda faollik, kayfiyatda o'ta sezgirlik.

5. Jismoniy sog'lom va har tomonlama barkamollik.

Tadbirkor rahbarning axloqiy, ma'naviy sifatlari:

1. Mehnasevarlik, kishilarga nisbatan mehribonlik, insonparvarlik, samimiylik, halollik, vijdonlilik, sabr-matonat, holislik.

2. Tartiblilik va intizomlilik, o'ziga va boshqalarga talabchanlik, o'zgalar fikrini tushunish va hisobga olish.

Uyushish-jipslashish bosqichi. Mehnat jamoasiga uyushish-jipslashish hamkorlikda faoliyat qilish zaruratidan kelib chiqadi. Bunda jamoa a'zolarining malakasi, qobiliyati, qiziqishlari e'tiborga olinadi. Shaxsiy ehtiyojlarni qondirishdagi faoliyat kishilarni jipslashtiradi. Tadbirkor rahbar mehnat jarayonida kishilarning bilimi, kasbi, malakasi, yoshini hisobga olib, ularni jamoaga to'playdi. Bunda tadbirkor rahbarning tashkilotchilik qobiliyati namoyon bo'ladi.

Jamoaning tarkib topish bosqichi. Bu bosqichda tadbirkor rahbar jamoa har bir a'zosining mehnatga munosabatini aniqlashga harakat qiladi. Kimki faoliyatining ijtimoiy ahamiyatini chuqur anglasa, bor kuchi, ijodkorligini ishga safarbar etadi. Jamoada faollar va dangasalar, ishga halaqit beruvchilar bo'lishi mumkin. Tadbirkor rahbar bunday holda xodimlar o'rnini almashtirish, mehnatga munosabatini o'zgartirish, o'z ishiga qiziqtirish, tashabbus ko'rsatishga undash orqali jamoa faoliyatini ta'minlaydi. U bu ishlarni qo'l ostidagilar faoliyatini kuzatish, nazorat qilish, baholash, mehnat natijalarini chamalab ko'rish bilan qo'shib olib boradi.

Har bir a'zoning jamoaga moslashish bosqichi. Bu bosqichda «qoloqlar», «ishga halaqit beruvchilar» qolmaydi. Ularning shaxsiy qiziqish va ehtiyojlari jamoa faoliyati bilan uyg'unlashib, moslashib ketadi. Sof axloqiy-ruhiy muhit yaratilgan mehnat jamoasida faollik, ijodkorlik, kasbga qiziquvchanlik barqaror tus oladi. Shaxsda yaxshi niyat paydo bo'ladi,

maqsad va ehtiyojlarini qondirishga intilish, mehnasevarlik kuchayadi. Hamkorlikdagi mehnatdan zavq olish shaxslararo munosabatlarni yaxshi-laydi.

Insoniy qadriyatlarga erishish bosqichi. Bu bosqichda jamoa his-tuyg'ulari bir maqsad yo'lida umumlashadi. Jamoaviy faollik vujudga keladi, an'anaviylik qaror topadi. Inson o'z qiziqish va intilishlarini jamoa hayoti bilan bog'laydi. Atrofdagilarga ishonch ortadi, do'stlik va muhabbat rishtalari mustahkamlanadi. Bu jarayonlarda tadbirkor rahbar zimmasiga katta mas'uliyat yuklanadi. Bunda tadbirkorning o'ziga xos ish yuritishi, boshqaruv malakasi, tashkilotchiligi, tarbiyaviy ishlarni olib borish mahorati yaqqol namoyon bo'ladi.

Yaxshi tadbirkor rahbar uchun ma'lum shaxsiy sifatlar zarur. U qat'iyatligi va chaqqon, ziyrak bo'lishi kerak. Tadbirkor o'ziga kerakli fikrlarni yig'a bilishi kerak. 99 foiz ilg'or g'oyalar mutaxassislar bilan muloqotda yuzaga kelsa, 1 foiz g'oyalar odamlarni yeshita bilishida paydo bo'ladi. Buning uchun suhbatlashishni bilish, o'rganish, shaxsiy g'arazlarni unutish, g'oyalarni tartibga solish, eng asosiysi, doimo o'qish-o'rganish kerak. Aks holda, u o'z ishini baholay olmaydi.

Nazorat savol va topshiriqlar

- 1- Tadbirkor rahbar etikasi deganda nima tushuniladi?
- 2- Tadbirkor rahbar etiketi deganda nima tushuniladi?
3. Suhbatlashish, tanishish hamda so'rashish normasi haqida nimalarni bilasiz?

Mustaqil ish topshiriqlari.

1. Tadbirkorlikda iqtisodiy bag'rikenglik tamoili nimani anglatadi?
2. Ular mohiyati va maqsadiga ko'ra tarbiyaviy, moddiy rag'batlantiruvchi, ma'muriy-tashkiliy turlarga bo'linadi.

Tavsiya etiladigan qo'shimcha adabiyotlar:

4. Prezidentimiz Islom Karimovning 2006 yil 25 avgustdagi "Milliy g'oya targ'iboti va ma'naviy-ma'rifiy ishlar samaradorligini oshirish to'g'risida"gi qarori
5. Sanaqulov Usmon, Mamaraimov Qo'ziboy "Amir Temurning jahonshumul faoliyatidan lavhalar" ilmiy-ommabop risola Toshkent "Navro'z" nashriyoti, 2014

10-mavzu. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining eksport salohiyatini baholash

Dars o'quv maqsadi. Darsning maqsadi bo'lib, Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida eksportning hozirgi holati va tahlili, eksportyor korxonalarining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi va eksport ko'rsatkichlarini hisoblash usullarining mazmunini bayon qilish va ularni talabalarga o'rgatish hisoblanadi.

Tushunchalar va tayanch iboralar. Eksport.Import.Tashqi iqtisodiy aloqa.Tashqi savdo oboroti.Eksport operatsiyalari.Eksporter korxonalar. Imtiyozlar. Jang'arma. Rag'batlantirish.

Ma'ruzani o'tish metodi. Ma'ruza "Bilaman. Bilishni xohlayman. Bilib oldim va aqliy hujum" metodini qo'llash orqali o'tiladi.

Asosiy savollar

10.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida eksportning hozirgi holati va tahlili

10.2. Eksportyor korxonalarining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi.

10.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida eksportboq mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirish.

Asosiy o'quv materiallari qisqacha bayoni

10.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida eksportning hozirgi holati va tahlili

Eksport diversifikasiyasi, ya'ni xorijga sotilayotgan tovar va xizmatlar nomenklaturasining kengayishi, jami eksportda alohida tovar yoki xizmat turi (ayniqsa, xomashyo) ulushining katta bo'lishiga barham berilishi, mahsulotlarimiz eksport qilinayotgan mamlakatlar geografiasini kengaytirish eksport hajmining barqaror bo'lishini ta'minlaydi, milliy iqtisodiyotning tashqi bozordagi salbiy o'zarishlarga ta'sirchanligi darajasini pasaytiradi.

Prezidentimiz tomonidan ma'ruzada ilgari surilgan tayyor raqobatbardosh mahsulotlar eksportini faol oshirish va bu mahsulotlar yetkazib beriladigan mamlakatlar geografiasini yanada kengaytirish vazifasini amalga oshirish eksport hajmini barqaror o'stirish, tashqi bozordagi o'zgarishlar ta'sirida uning hajmi keskin kamayishi xavfini bartaraf etish imkonini beradi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari eksportning hozirgi holati va eksportyor korxonalarining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi

Экспорт диверсификацияси, яъни хорижга сотилаётган товарлар ва хизматлар номенклатурасининг кенгайиши, жами экспортда алоҳида товар ёки хизмат тури (айниқса, хом ашё) улушининг катта бўлишига барҳам берилиши, маҳсулотларимиз экспорт қилинаётган мамлакатлар географиясини кенгайтириш экспорт ҳажмининг барқарор бўлишини таъминлайди, миллий иқтисодийнинг ташқи бозордаги салбий ўзаришларга таъсирчанлиги даражасини пасайтиради.

Президентимиз томонидан маърузада илгари сурилган тайёр рақобатбардош маҳсулотлар экспортини фаол ошириш ва бу маҳсулотлар етказиб бериладиган мамлакатлар географиясини янада кенгайтириш вазифасини амалга ошириш экспорт ҳажмини барқарор ўстириш, ташқи бозордаги ўзгаришлар таъсирида унинг ҳажми кескин камайиши хавфини бартараф этиш имконини беради.



Eksport qilinayotgan tovarlarni diversifikatsiya qilish, ularni import qiluvchi mamlakatlar geografiasini kengaytirish bu mamlakatlardan biri yoki bir guruhining iqtisodiyotida muammolar ro'y berganda ham eksport hajmining keskin pasayib ketishiga yo'l qo'yimaslik imkonini beradi.

O'zbekiston eksportining tovar tarkibi

Ko'rsatkichlar	2000 yil	2005 yil	2008 yil	2009 yil
Eksport jami (mln. AQSh doll.)	3267,6	4853,0	11493,3	11771,3
Eksport jami, foizda	100,0	100,0	100,0	100,0
Shu jumladan (jamiga nisbatan foizda):				
Paxta tolasi	27,5	19,1	9,3	8,6
Kimyo mahsulotlari, plastmassa va plastmassa mahsulotlari	2,9	5,3	5,6	5,0
Qora va rangli metallar	6,6	9,2	7,0	5,0
Mashina va uskunalar	3,4	8,4	7,6	2,9
Oziq-ovqat mahsulotlari	5,4	3,8	4,5	6,0
Energiya resurslari	10,3	11,1	24,7	34,2
Xizmatlar	13,7	12,2	10,4	8,8
Boshqalar	30,2	30,5	30,9	29,5

O'zbekiston importining tovar tarkibi

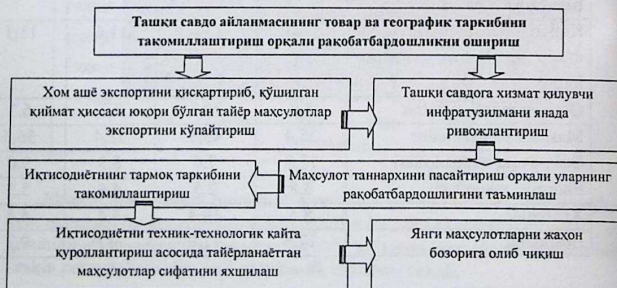
Ko'rsatkichlar	2000 yil	2005 yil	2008 yil	2009 yil
Import jami (mln. AQSh doll.)	2944,5	4091,3	9704,0	9438,3
Import jami, foizda	100,0	100,0	100,0	100,0
Shu jumladan (jamiga nisbatan foizda):				
Kimyo mahsulotlari, plastmassa va plastmassa mahsulotlari	13,6	13,6	11,6	11,1
Qora va rangli metallar	8,6	10,3	7,7	6,3
Mashina va uskunalar	35,4	43,3	52,4	56,5
Oziq-ovqat mahsulotlari	12,3	7,0	8,3	9,0
Energiya resurslari	3,8	2,5	4,6	5,3
Xizmatlar	8,5	10,4	4,4	4,4
Boshqalar	17,8	12,9	11,0	9,2

2. Eksportning tovar va geografik tarkibini takomillashtirish.

Экспортнинг географик таркибида МДХ мамлакатларининг улуши 2009 йил якунларига кўра 33,9 фоизни ташкил этди.

2009 йилда мамлакатимиз корхоналари экспортнинг 21,0 фоизи Россия Федерацияси, 7,2 фоизи Украина, 6,2 фоизи Қозоғистон хиссасига тўғри келди.

Узоқ хориж давлатларига қилинган экспортнинг жами экспортдаги улуши 2008 йилда 65,8 фоизни, 2009 йилда эса 66,7 фоизни ташкил этди. Бу мамлакатлар бўйича мамлакатимиз экспортнинг диферсификациялашув даражаси нисбатан чуқурроқ бўлиб, 2009 йил маълумотларига кўра фақат Хитой (9,7%), Швейцария (7,9%), Афғонистон (3,3%), Туркия (3,2%), Эрон (2,7%), Германия (2,2%), АҚШ (1,7%) нинг мамлакатимиз экспортидаги улуши 1 фоиздан юқоридир.



Жаҳон бозорларида корхоналаримиз маҳсулотларининг рақобатбардошлигини таъминлашда куйидаги чора-тадбирларнинг амалга оширилиши муҳим аҳамият касб этади:

- экспорт қилувчи корхоналарга маҳсулот тайёрлаш ва сотиш харажатларини камаййтиришда кўмаклашиш;

- уларни ташки бозор конъюнктурасидаги ўзгаришлар, истикболли бозорлар, рақобатчилар тўғрисида олиб борилган тадқиқотлар натижалари билан таништириш;

- транспорт-коммуникация тизимларини ривожлантириш;

- янги транспорт йўлакларини очиш орқали транспорт харажатларини камаййтириш ва ҳ.к.

10.2. Экспортыор корхоналарнинг давлат томонидан қo'ллаб-қувватланиши.

Keyingi yillarda Jahon bozorlariga chiqish imkoniyatini yanada kengaytirish uchun mamlakatimizda amalga oshirilayotgan keng ko'lamli iqtisodiy islohotlar natijasida nafaqat import o'rmini bosuvchi, balki eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarish hajmi ham tobora ortmoqda. Bu, tabiiyki, uni xorijga chiqarish tizimini takomillashtirishni talab etadi.

Prezidentimizning 2013-yil 8-avgustdagi "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari eksportini qo'llab-quvvatlash borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori aynan shu maqsadga yo'naltirilgani bilan ahamiyatlidir. Mazkur hujjat asosida Tashqi iqtisodiy faoliyat milliy banki huzurida Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlash jamg'armasi tashkil etilgani bu boradagi ishlarni yanada jadallashtirishga xizmat qilmoqda.

Mamlakatimiz Prezidenti Islom Karimov bu yo'nalishga alohida e'tiborni qaratgani bejiz emas. Qo'shma korxonalami tashkil etish to'g'risida Farmon va Qonunlarda belgilab qo'yilgan. Ularda belgilanganidek, tuzilgan Qo'shma Korxonalar, 5 yilga foyda solig'idan ozod qilinadi. Agar chiqarilayotgan mahsulot va tovarlar strategik ahamiyatga ega bo'lsa, Vazirlik ruxsati bilan yana 2 yilga foyda solig'idan ozod qilinadi. Strategik ahamiyatga molik qo'shma korxonalar esa 7 yilga soliqdan ozod qilinishi qonun yo'li bilan himoyalangan.

Agar respublikamizda 2014 yil oxiri ma'lumotiga ko'ra 4500ta Qo'shma korxonalar faoliyat ko'rsatayotgan bo'lsa, shundan Samarqand viloyatida 127 tadir.

«Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Qonuniga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish haqida»gi Qonun loyihasi tadbirkorlikni rivojlantirishni yanada

rag'batlantirish, tadbirkorlik sub'yektlarining faoliyati uchun katta erkinliklar berish va ularni tashkil etishning mavjud tartibotini soddalashtirishga qaratilgan. Qonun loyihasida tadbirkorlik sub'yektining haqligi prezumpsiyasi to'g'risida alohida norma kiritilgan bo'lib, unga ko'ra tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda yuzaga keladigan barcha qarama-qarshiliklar va noaniqliklar tadbirkorlik sub'yektining foydasiga talqin qilinadi, bu esa ularning qonuniy huquqlari va manfaatlarini yanada ko'proq va ishonchliroq himoya qilish imkonini beradi.

Ta'kidlash joizki, yurtimizda **Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlash jamg'armasi** eksport salohiyatini oshirish, jumladan, mahalliy tadbirkorlarning xorij bozorlariga dadil kirib borishlari uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, zarur holdlarda ko'mak berilmoqda. Xususan, Jamg'armaning **Jizzax filiali faoliyati** misolida olsak, 2013 yilning yanvar-fevral oylarida 30 ga yaqin kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlariga ko'rsatilgan huquqiy, moliyaviy va tashkiliy xizmatlar tufayli ular **3,6 million AQSh dollarilik mahsulotlarini chet ellik buyurtmachilarga sotishga muvaffaq bo'ldilar**. Yaqinda esa "Kapyers-Agro-Syervis", "Tabiiy Qazilma", "Didosa paint" va "Maxsus Ta'minot Konserva" mas'uliyati cheklangan jamiyatlari rahbarlari ham filialga murojaat qilib, o'zaro bitimni imzolagan holda, korxonalarida ishlab chiqarilgan mahsulotlarni xorijiy davlatlarga eksport qilish uchun tijorat takliflarini berishdi.

Muxtasar aytganda, bizni mamlakatda avvalo, ishlab chiqaruvchilar yordamida ichki bozorni sifatli mahsulotlar bilan boyitish, ortganini esa eksportga chiqarish borasida rejali asosda faoliyat yuritilmoqda. Bundan ko'zlangan maqsad esa aniq: iqtisodiyotimizni yanada yuksaltirish orqali O'zbekistonni dunyo ahliga etakchi eksportchi davlat sifatida tanitishdan iborat. Eksport taraqqiyotimiz ko'zgidir.

Tashqi savdo aylanmasi, xususan, eksportning geografik tarkibida MDH mamlakatlarining ulushi 2009 yil yakunlariga ko'ra, 33,9 foizni tashkil yetdi. 2009 yilda mamlaktimiz korxonalari eksportining 21,0 foizi Rossiya Federasiyasi, 7,2 foizi Ukraina, 6,2 foizi Qozog'iston hissasiga to'g'ri keldi. Uzoq xorij davlatlariga qilingan eksportning jami eksportdagi ulushi 2008-yilda 65,8 foiz, 2009-yilda yesa 66,7 foizni tashkil yetdi. Bu mamlakatlar bo'yicha mamlakatimiz eksportining difersifikasiyalashuv darajasi nisbatan chuqurroq bo'lib, 2009 yil ma'lumotlariga ko'ra faqat Xitoy (9,7%), Shveysariya (7,9%), Afg'oniston (3,3%), Turkiya (3,2%), Yeron (2,7%), Germaniya (2,2%), AQSh (1,7%) ning mamlakatimiz eksportidagi ulushi 1 foizdan yuqoridir.



10.2.1-rasm.

Respublikamiz eksporti va importining tovar va geografik tarkibini takomillashtirish orqali raqobatbardoshlikni oshirish bir qator vazifalarning amalga oshirilishini taqozo etadi.



10.2.2-rasm. Tashqi savdo aylanmasining tovar va geografik tarkibini takomillashtirish orqali raqobatbardoshlikni oshirish

Xorijiy davlatlarda mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan, yoki ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish mumkin bo'lgan mahsulotlarga talabni o'rganish, bunday tovarlar bozorlariga kirib borish va raqobat qilish strategiyasini ishlab chiqish eksport qilinayotgan tovarlar sonini va mamlakatlar geografiyasini kengaytirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Jahon bozorlarida korxonalarimiz mahsulotlarining raqobatbardoshligini ta'minlashda quyidagi chora-tadbirlarning amalga oshirilishi muhim ahamiyat kasb etadi:

- eksport qiluvchi korxonalariga mahsulot tayyorlash va sotish xarajatlarini kamaytirishda ko'maklashish;
- ularni tashqi bozor kon'yunkturasiidagi o'zgarishlar, istiqbolli bozorlar, raqobatchilar to'g'risida olib borilgan tadqiqotlar natijalari bilan tanishtirish;
- transport-kommunikatsiya tizimlarini rivojlantirish;
- yangi transport yo'laklarini ochish orqali transport xarajatlarini kamaytirish va h.k.

Bu borada har bir tarmoq uchun ishlab chiqilishi ko'zda tutilayotgan 2010-2012 yilga mo'ljallangan tayyor mahsulotni yangi tashqi bozorlarga chiqarish bo'yicha maxsus dasturlarda eksport hajmini oshirish, eksport qilinadigan yuklarni tashish tizimini takomillashtirish, eksportchi korxonalarni marketing, moliya va tashkiliy-huquqiy qo'llab-quvvatlash masalalari o'z aksini topadi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, eksport hajmini oshirish, uning tarkibini takomillashtirish, umuman tashqi savdo aylanmasini divesifikasiya qilish iqtisodiyotimiz tarkibiy tuzilishida sifat o'zgarishlariga erishish, uning raqobatbardoshligini oshirish orqali iqtisodiy yuksalish va aholi turmush farovonligini yanada ko'tarish maqsadlariga xizmat qiladi.

10.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirish

Iqtisodiyotimiz tarkibidagi chuqur o'zgarishlar mamlakatimiz eksport salohiyatini mustahkamlash, eksport hajmini barqaror oshirish va uning tarkibida ijobiy o'zgarishlarga erishishda eng muhim omilga aylandi.

Jahon bozoridagi kon'yunkturaning beqarorligiga qaramasdan, 2013 yilda eksport hajmining o'sishi 10,9 foizdan iborat bo'ldi. Tashqi savdo faoliyatidagi ijobiy saldo 1 milliard 300 million dollarni tashkil yetdi. 2013-yilda qimmatbaho metallar narxining keskin pasayganiga qaramasdan, mamlakatimiz oltin-valyuta zaxirasi o'tgan yil davomida 2 foizga ko'paydi.

So'nggi yillarda eksport tarkibida raqobatdosh tayyor mahsulotlar ulushi barqaror sur'atlar bilan o'sib borayotgani yaqqol ko'zga tashlanmoqda. 2013-yilda umumiy eksport hajmining 72 foizdan ortig'i tayyor tovarlar hissasiga to'g'ri kelgani iqtisodiyotimiz diversifikasiya qilinayotganining yaqqol dalolatidir.

Mahsulot eksport qiladigan korxonalarni qo'llab-quvvatlashga oid chora-tadbirlarning amalga oshirilgani eksport faoliyatiga 2014- yil yakuni bilan 500 ga yaqin, 2013 -yilda esa 450 dan ziyod yangi korxonani jalb etish im-

koni berilgan edi. Bu borada Tashqi iqtisodiy faoliyat milliy banki huzurida barcha hududlarda o'z filiallariga ega bo'lgan Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlash jamg'armasining tashkil etilgani muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Ushbu jamg'armaning asosiy vazifasi mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarni eksport qilishda zarur huquqiy, moliyaviy va tashkiliy yordam ko'rsatishdan iboratdir. Jamg'armaning o'tgan qisqa davrdagi faoliyati davomida 153 ta tadbirkorlik sub'yektiga umumiy qiymati 56 million dollardan ziyod bo'lgan eksport shartnomalarini tuzishda yordam ko'rsatildi.

“Oilaviy tadbirkorlik to'g'risida”gi Qonun ham qabul qilinishining asosiy maqsadi iqtisodiyotning turli sohalarida oilaviy tadbirkorlikni kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning muhim shakli sifatida rivojlantirish uchun zarur qonunchilik bazasini yaratish, oilaviy biznes uchun huquqiy kafolatlarni kuchaytirish va yangi ish joylarini tashkil etishdan iborat. Qonun bilan oilaviy korxonalar ishtirokchilari aniq ta'riflab berildi, ularni ro'yxatga olish va tugatishning aniq mexanizmi belgilandi, oilaviy korxonaning infratuzulmaga ulanishi tartibotlari soddalashtirildi. Shuningdek, oilaviy korxonalarining buxgalteriya hisobi va soliqqa tortish tartibi soddalashtirilgan holda amalga oshirilishi belgilandi.

“Raqobat to'g'risida”gi Qonunning o'ziga xos yangi jihatlaridan biri shuki, qonun moliya bozorlarida monopollashish, raqobatning cheklanishi va ustunlik mavqeyini suiiste'mol qilish holatlariga barham berib, sog'lom raqobat muhiti yuzaga kelishini ta'minlaydi, ya'ni umuman olganda tovar va moliya bozorlaridagi raqobat sohasidagi munosabatlarni tartibga soladi. Shu bilan birga, davlat boshqaruvi organlari, mahalliy davlat hokimiyati organlari va yuridik shaxslar birlashmalariga raqobatni cheklaydigan hujjatlar qabul qilish hamda harakatlarni amalga oshirish taqiqlandi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojini ta'minlaydigan rag'batlantirish tamoyillari – bular soliq imtiyozlari berish, soddalashtirilgan soliqqa tortish tizimini qo'llash, imtiyozli kreditlash, soliq va buxgalteriya hisobotlarini davlat soliq va statistika organlariga taqdim etish davriyligi va muddatlarini qisqartirish, soliq tekshiruvlari va boshqa tekshiruvlarni davriyligini qisqartirish yo'llari bilan amalga oshiriladi.

Tadbirkorlik sub'yektlarini iqtisodiy stimullar yordamida qo'llab-quvvatlashda soliq imtiyozlari muhim rol o'ynaydi.

Soliq imtiyozlari - bu soliqqa oid qonunlarga muvofiq soliqqa tortish bazasiga ega bo'lgan yuridik yoki jismoniy shaxslarni to'liq yoki qisman soliq to'lashdan ozod qilish. Bu imtiyozlar O'zbekiston Respublikasi Soliq kodeksi, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmon va Qarorlari asosida joriy etiladi.

O'zbekiston Respublikasi Soliq kodeksida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlariga quyidagi imtiyozlar berilgan. Shular jumlasiga:

- yagona soliq to'lovi ishlab chiqarishni modernizatsiyalashga, texnik va texnologik jihatdan qayta jihozlashga, yangi texnologik jihoz xarid qilishga, ishlab chiqarishni yangi qurilish shaklida kengaytirishga, ishlab chiqarish ehtiyojlari uchun foydalaniladigan binolar va inshootlarni rekonstruksiya qilish kabi vazifalarga yo'naltiriladigan mablag'lar so'mmasiga besh yil davomida kamaytiriladi;

- yagona soliq to'lovini to'lashdan nogironlarning jamoat birlashmalari, "Nuroniylar" jamg'armasi va "O'zbekiston chernobilchilari" assosiasiyasi mulkida bo'lgan, ishlovchilari umumiy sonining kamida 50 foizini nogironlar, 1941-1945 yillardagi urush va mehnat fronti faxriylari tashkil etadigan yuridik shaxslar ozod qilingan;

- ishlab chiqaruvchi kichik korxonalar yagona soliq to'lovini hisoblash paytida, soliq solinadigan baza yangi texnologik asbob-uskunalar qiymatiga besh yil mobaynida, soliq solinadigan bazaning ko'pi bilan 25 foiziga kamaytirish huquqi berilgan;

- yagona soliq to'lovini to'lovchi bo'lgan mahalliy ishlab chiqaruvchi korxonalar yagona soliq to'lovi to'lash muddatini davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan e'tiboran bir yil muddatga kechiktirish huquqiga ega.

Shu bilan birga, O'zbekiston Respublikasining «Oilaviy tadbirkorlik to'g'risida»gi O'RK-327-sonli Qonunida: - oilaviy korxonalar ishtirokchilari oila yashab turgan turar joyda turar joylarini noturar joylarga o'tkazmasdan faoliyat yuritishi va o'zi ishlab chiqargan mahsulotni shu joyning o'zidan sotishiga ruxsat etildi;

- oilaviy korxonalar ishtirokchilari tomonidan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'langandan keyin ularning tasarrufida qolgan foyda soliq solishdan ozod etilishi belgilandi;

- oilaviy korxonalar, o'zi ishlab chiqargan xalq badiiy hunarmandchiligi va amaliy san'ati buyumlarini realizatsiya qilishdan olingan tushum bo'yicha yagona soliq to'lovini to'lashdan qonun hujjatlarida belgilangan tartibda ozod qilinishi belgilandi.

Bundan tashqari:

- investor bilan davlat mulkini boshqarish bo'yicha vakolatli davlat organi o'rtasida tuzilgan shartnomaga muvofiq investitsiya majburiyatlari sifatida kiritilayotgan mol-mulk;

- telekommunikatsiyalar tarmoqlarida tezkor-qidiruv tadbirlari tizimi-ning tekin olingan texnik vositalari, shuningdek mazkur vositalardan foydalanishga va ularga xizmat ko'rsatishga doir xizmatlar;

- obyekt qiymatining ijara beruvchi tomonidan olingan ijara to'lovining bir qismi tarzida qoplangan miqdorlari;

- sug'urta shartnomalari bo'yicha sug'urta tovonini tariqasida olingan mablag'lar;

- realizatsiya qilinadigan tovarlar uchun oldindan haq to'lash tariqasida boshqa shaxslardan olingan mablag'lar;

- mulk huquqi ularga o'tgan paytga qadar majburiyatlarni qonun hujjatlariga muvofiq ta'minlash sifatida garov yoki zakalat tarzida olingan mablag'lar;

- muassislarning tarkibidan chiqilayotganda, shuningdek tugatilayotgan yuridik shaxsning mol-mulki uning muassislari o'rtasida taqsimlanayotganda ustav fondiga hissalar doirasida olingan mablag'lar obyekt sifatida maydi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012-yil 10-apreldagi «To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar jalb etilishini rag'batlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi PF-4434-sonli Farmoni bilan xorijiy investorning pul shaklidagi ulushi 5 million AQSh dollaridan kam bo'lmagan yangidan tashkil etilayotgan xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar davlat ro'yxatidan o'tgan sanadan boshlab 10 yil mobaynida soliq qonunchiligida o'zgarishlar yuz bergan hollarda, yuridik shaxslardan olinadigan foyda solig'i, qo'shilgan qiymat solig'i (tovarlar, ishlar, xizmatlarni realizatsiya qilish aylanmasi), mol-mulk solig'i, obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzulmani rivojlantirish solig'i, yagona ijtimoiy to'lov, yagona soliq to'lovi, shuningdek, Respublika yo'l jamg'armasiga hamda Ta'lim va tibbiyot muassasalarini rekonstruksiya qilish, mukammal ta'mirlash va jihozlash jamg'armasiga majburiy ajratmalar to'lashning mazkur korxonalar davlat ro'yxatidan o'tish sanasida amal qilgan me'yorlari va qoidalarini qo'llashga haqli ekanligi belgilandi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005-yil 11-apreldagi «To'g'ridan-to'g'ri xususiy xorijiy investitsiyalarni jalb etishni rag'batlantirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi PF-3594-son Farmoni bilan 2012-yilning II choragidan boshlab: Farmon bilan belgilangan 20 ta yo'nalishdagi iqtisodiyot tarmoqlari va sohalarida faoliyat yuritayotgan, Toshkent shahri va Toshkent viloyati istisno etilgan holda, respublikaning barcha mintaqalarida joylashtiriladigan xorijiy sarmoyalar ishtirokidagi korxonalariga tatbiq etilishi belgilandi; - vazirliklar, idoralar, mahalliy davlat organlari, huquqni muhofaza qiluvchi va nazorat idoralari, tijorat banklari tomonidan xorijiy investorlar hamda xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalarining faoliyati bilan bog'liq qo'shimcha talablar va cheklovlar o'rnatilishi qat'iyan taqiqlandi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012-yil 16-iyuldagi «Statistik, soliq, moliyaviy hisobotlarni, litsenziyalanadigan faoliyat turlarini va ruxsat berish tartib-taomillarini tubdan qisqartirish chora-tadbirlari

to'g'risida» PF-4453-sonli Farmoniga muvofiq 2013–yil 1-yanvaridan quyidagi imtiyozlar berilgan:

- amalda soliq to'lovchilar tomonidan taqdim etilayotgan 8 ta oylik soliq hisobotlarini topshirish muddatlari choraklik qilib belgilandi;
- 4 ta soliq turi bo'yicha hisobotlarni yillik taqdim etish joriy qilindi;
- 11 ta soliq va boshqa majburiy to'lovlarning hisobot shakllari birlashtirish hisobiga qisqartirilib, 5 ta hisobot shakliga keltirildi. Shu bilan birga, 2012- yil 1 iyuldan boshlab, davlat soliq xizmati organlari tomonidan talab qilib olinadigan boshqa turdagi 24 ta oylik hisobot shakllari birlashtirish va umumlashtirish hisobiga bekor qilindi, 5 ta soliqqa oid bo'lmagan ma'lumotnomalarni topshirish muddatlari yillik qilib belgilandi.

Qo'shimcha ravishda, 2011-2013- yillar davomida mamlakatimizda qulay ishchan muhitni yaratishga qaratilgan bir qator keng miqyosdagi islohotlar amalga oshirildi.

Jumladan:

- tadbirkorlik– faoliyati sohasida davlat boshqaruvi organlari tomonidan amalga oshiriladigan 145 ta ruxsat berishga doir me'yorlar va cheklash xususiyatiga ega tartibotlar bekor qilindi;

- tadbirkorlik sub'yektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun– ta'sis hujjatlarining notarial tasdiqlangan nusxalarini taqdim etish talabi bekor qilindi;

- tadbirkorlik sub'yektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun– davlat boji miqdori 2 marta kamaytirildi;

- tijorat banklarida milliy– valyutada hisob raqami ochganlik uchun kichik biznes sub'yektlaridan to'lov undirilmaydi;

- mahsulotlarni eksport qilishda bojxona rasmiylashtiruv uchun– to'lov miqdori 2 marta kamaytirildi;

- kichik korxonalar va mikrofirmalar– faoliyatida ular davlat ro'yxa-tidan o'tgan sanadan boshlab 3 yil davomida rejali soliq tekshiruvlari o'tkazilmaydi;

- soliqlar va boshqa majburiy to'lovlarni– o'z vaqtida to'lab kelayotgan hamda ishlab chiqarishning barqaror o'sishini va rentabelligini ta'minlayotgan kichik biznes sub'yektlari faoliyati 3 yil davomida tekshirilmaydi; - soliq hisobotlari soni yirik korxonalar uchun 2,3 marta,– kichik korxonalar va mikrofirmalar uchun 1,7 marta qisqartirildi; – tadbirkorlik sohasidagi 15 ta litsenziya talab qiluvchi faoliyat turlari bekor qilindi; - xo'jalik yurituvchi sub'yektlari uchun davlat ro'yxatidan o'tgunga– qadar ustav fondining bir qismini shakllantirish talabi bekor qilindi; – Internet tarmog'i orqali firma nomlarini zahiraga olish tartiboti 4 soatda amalga oshirilmoqda; - banklarda hisob raqami ochganlik uchun notarial

tasdiqlangan– imzo namunalarini taqdim etish talabi bekor qilindi; - tadbirkorlik– faoliyati uchun yer uchastkalarini taqdim etish hamda qurilish uchun ruxsatnomlar berish tartibotlarining soni va muddatlari sezilarli darajada qisqartirildi; – suv va kanalizasiya tizimlariga ulanish uchun beriladigan ruxsatnoma 2 ish kuni mobaynida taqdim etiladi;- eksport-import shartnomalari tijorat banklarida– 1 ish kuni mobaynida hisobga qo'yiladi; - yuklarning bojxona rasmiylashtiruvi– va mahsulotga kelib chiqish sertifikatini berish tartiboti 3 ish kuni davomida amalga oshiriladi; - import tovarlariga muvofiqlik sertifikati 10 ish kuni– davomida beriladi; - import tovarlarining kelib chiqish mamlakatini– tasdiqlash tartiboti bekor qilindi; - aksiyadorlik jamiyatlarining o'zaro– manfaatdorlik asosida tuzilgan bitimlari hamda boshqa muhim faktlari haqidagi ma'lumotlarni Internet tarmog'ida e'lon qilish amaliyoti joriy etildi; – bankrotlik to'g'risida ish qo'zg'atish uchun xo'jalik sudlariga to'lanadigan davlat boji miqdori eng kam ish haqining 20 baravaridan baravarigacha tushirildi; – tashqi iqtisodiy faoliyat sohasida ruxsat berish xususiyatiga ega bo'lgan 20 dan ortiq hujjat bekor qilindi; - import shartnomalarini bojxona organlarida– hisobga qo'yish tartiboti bekor qilindi;- tadbirkorlik sub'yektlariga–bojxona rasmiylashtiruvi tartibotlarini elektron ko'rinishda amalga oshirish huquqi taqdim etildi; - tadbirkorlik sub'yektlari uchun xo'jalik sudlariga da'vo arizalarni elektron ko'rinishda kiritish imkoniyati taqdim etildi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlash jamg'armasidan ma'lum qilishlaricha, 2013-yilda o'ndan ortiq shunday sub'yektlar tomonidan Xitoy Xalq Respublikasiga umumiy qiymati 2 million AQSh dollarilik mahsulotlar eksport qilinishi kutilayapti. Bu yurtimiz ishbiarmonlarini tashqi iqtisodiy faoliyatga kengroq jalb etish borasida olib borilayotgan izchil sa'y-harakatlar samarasidir, albatta.

Jahon bozoridagi kon'yunkturaning beqarorligiga qaramasdan, 2013-yilda O'zbekistonda eksport hajmining o'sishi 10,9 foizni tashkil qilgani buning yaqqol dalilidir.Hozirgi paytda respublikamizda ishlab chiqarilayotgan jami sanoat mahsulotlarining 23 foizi, ko'rsatilayotgan bozor xizmatlarining deyarli barchasi ushbu soha hissasiga to'g'ri kelayotgani, ular orasida eksportchi korxonalar yil sayin ko'payib, eksportdagi ulushi 18 foizga yetgani shunday deyishimizga asos bo'ladi.

Prezidentimizning 2013-yil 8-avgustdagi “Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari eksportini qo'llab-quvvatlash borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi qarori, ayniqsa, ishbiarmonlik muhitini yanada yaxshilash bilan birga, tadbirkorlarning jahon bozoriga chiqish imkoniyatlarini ham kengaytirdi. Kichik biznes va xususiy tad-

birkorlik sub'yektlari eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlash jamg'armasi esa mazkur qaror ijrosini ta'minlash, tadbirkorlarga yaqindan yordam berish maqsadida aniq chora-tadbirlarni ko'rmoqda. Jumladan, chet davlatlarning savdo-sanoat palatalari, eksport-importga ko'maklashuvchi jamg'armalari va tadbirkorlik uyushmalari bilan hamkorlikni tobora mustahkamlamoqda. Buning samarasi o'laroq, o'tgan qisqa davr ichida 60 ga yaqin xorijiy tashkilotlar bilan aloqalar o'rnatildi.

Murakkab bir sharoitda O'zbekiston eksporti tarkibida raqobatbardosh tayyor mahsulotlar ulushi barqaror sur'atlar bilan o'sib borayotgani diqqatga sazovordir. Masalan, o'tgan yili umumiy eksport hajmining 72 foizdan ortig'ini shunday tovarlar tashkil etdi. Bu, shubhasiz, iqtisodiyotimiz izchil diversifikasiya qilinayotgani sharofatidir. Ekspertlarning e'tirof etishlaricha, mamlakatimiz iqtisodiyotining muttasil rivojlanib, eksport ko'lami va geografiyasi kengayishida qulay tadbirkorlik muhiti yaratilgani muhim omil bo'layapti. Negaki, kichik biznes shaklan ixcham emasmi, bozor talabidan kelib chiqib, o'z qishloqini tezda o'zgarishtirishga qodir. Bu uning raqobat maydonida barqaror tura olishini ta'minlaydi. Birgina o'tgan yilning o'zida 450 dan ziyod yangi korxonalar eksport faoliyatini boshlagani buning tasdig'idir.

Maqsad — xalqaro ko'rgazmalarda ishtirok etadigan sub'yektlarni aniqlab, ularning mahsulotini targ'ib qilish va chet ellik xaridorlar bilan shartnomalar imzolashiga yaqindan yordam berish. Namangan tumanida faoliyat ko'rsatayotgan "Istiqlol tekstil dizayn" mas'uliyati cheklangan jamiyati aynan jamg'arma ko'magida tashqi bozorga chiqish huquqiga ega bo'lish arafasida turganini aytish kifoya.

Xitoydan import qilish emas, balki bu mamlakatga mahsulotlarimizni eksportga chiqarishning vaqti keldi, — deydi ushbu jamiyat rahbari Murod Qurbonov. Chunki yurtimizda xususiy tadbirkorlarga yaratib berilayotgan qulay shart-sharoit va imtiyozlar biz, ishlab chiqaruvchilarni tashqi bozorga dadil kirib borishga da'vat etmoqda. Dastlabki natijalar u yerda kamida 200 ming AQSh dollarilik eksport shartnomalari imzolashimizni ko'rsatmoqda. Ta'kidlash kerakki, "Istiqlol tekstil dizayn" korxonasi eng zamonaviy uskunalar bilan jihozlangan bo'lib, bugungi kunda ko'plab turdagi erkaklar ko'ylagi va kostyum-shimlari, shuningdek, ichki kiyimlar ishlab chiqarilayapti. Bu yerda mehnat qilayotgan 100 ga yaqin ishchi-mutaxassislarning deyarli barchasi kasb-hunar kollejlari bitirgan yoshlardir. Ularning izlanishlari tufayli xaridorlar didiga mos bo'lgan liboslarning yangi modellari yaratilayotgani, mahsulotlar esa tabiiy matodan yuqori sifatli qilib tikilayotgani buyurtmachilar safining kengayishiga ko'maklashayapti. Yurtimizda eksport faoliyatini yo'lga qo'yayotgan bunday xo'jalik yurituvchi sub'yektlar sirasiga Andijon shahridagi "Fabri-

ka namuna”, Qo’rg’ontepa tumanidagi “Yagona hamkor nuri”, Shahrisabz tumanidagi “Shakhrisabz Fraki”, Zarbdor tumanidagi “Katers agroservis”, Karmana tumanidagi “Sevar Munisa” kabi korxonalarni kiritish mumkin. Ular Xitoy mezbon-lik qiladigan “Buyuk Ipak yo’li” xalqaro sanoat mahsulotlari ko’rgazmasida ishtirok etib, jadal sur’atlarda rivojlanib borayotgan O’zbekiston sanoati yutuqlarini namoyish etadilar. Ko’rgazmada tuziladigan shartnomalar esa mamlakatimiz eksport salohiyatini yanada oshirishga munosib hissa bo’lib qo’shilishiga ishonchimiz komil.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’yektlarining eksportini qo’llab-quvvatlash jamg’armasi nodavlat muassasasi shaklidagi yuridik shaxs hisoblanadi.

Jamg’arma faqat kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’yektlari hamda fermer xo’jaliklariga xizmat ko’rsatadi va yordam beradi.

Jamg’arma mablag’larining boshlang’ich miqdori 5,0 milliard so’mni tashkil etadi, buning 2,5 milliard so’mi davlat byudjeti mablag’laridan beriladigan biryo’la badal hisobiga, qolgan qismi esa muassislar – kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’yektlari, O’zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy faoliyat milliy banki, shuningdek, boshqa tijorat banklari, moliyaviy institutlar va donorlarning ixtiyoriy badallari hisobiga shakllantiriladi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’yektlariga tashqi iqtisodiy operatsiyalarni amalga oshirish bilan bog’liq yuridik, moliyaviy va tashqi xizmatlar ko’rsatishdan xalqaro amaliyotda umumqabul qilingan amaliyotlarda – shartnoma qiymatining 3 foizigacha bo’lgan komissiya ajratmalar tarzida olingan daromadlar, shuningdek, qonun hujjatlarida taqiqlanmagan boshqa manbalar Jamg’arma mablag’larining manbalari hisoblanadi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’yektlarining eksportini qo’llab-quvvatlash jamg’armasi, jumladan uning hududiy filiallari 2019-yilning 1 yanvariga qadar barcha turdagi soliqlar, yig’imlar, boj hamda davlat maqsadli jamg’armalariga majburiy ajratmalar to’lashdan ozod qilinadi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’yektlari tovarlar va xizmatlarni oldindan haqini to’lamasdan, akkreditiv ochmasdan yoki o’rnatilgan tartibda berilgan eksport shartnomasining sug’urtasi bo’yicha polis mavjud bo’lganida 180 kun mobaynida mablag’ kelib tushishi yoki orqaga qaytarish muddati kafolatisiz xorijiy valyutaga eksport qilish huquqiga egadirlar.

10.3.2-Jadval
O'zbekiston respublikasida Kichik tadbirkorlik (biznes) ning iqtisodiyot va uning asosiy tarmoqlaridagi ulushi
dinamikasi (2000-2013yy).

Tartib raqami	Yillar bo'yicha ko'rsatkichlar, foiz hisobida														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
1	YaIM	31,0	33,8	34,6	35,0	35,6	38,2	42,1	45,7	48,2	50,1	52,5	54,0	54,6	55,8
2	Sanoat	12,9	12,5	15,4	10,8	11,0	10,0	10,9	13,2	14,6	17,9	18,8	21,9	23,1	28,1
3	Qishloq xo'jaligi	73,6	74,5	74,9	78,1	81,1	85,7	94,0	97,6	97,7	97,8	97,8	97,7	97,8	98,1
4	Investisiya	15,4	13,4	16,3	15,0	18,8	24,0	26,5	23,7	24,6	23,7	28,5	31,9	35,3	32,7
5	Qurilish	38,4	40,4	42,0	39,9	49,6	50,9	52,1	55,4	58,4	42,4	53,1	68,6	71,1	71,5
6	Savdo	42,5	42,5	39,6	42,4	42,3	43,7	45,7	48,2	48,1	47,8	50,3	47,1	45,6	46,1
7	Pullik xizmatlar	37,0	39,4	40,1	45,3	47,9	52,5	50,8	50,1	48,5	46,9	47,0	46,3	44,9	46,2
8	Jami xizmatlar	x	x	x	x	x	x	x	44,1	44,2	44,1	45,7	46,1	46,8	48,9
9	Yuk tashish	6,7	8,3	12,0	14,7	19,7	24,6	27,2	34,7	38,1	39,5	41,6	43,2	44,2	47,3
10	Yuk aylanmasi	25,8	31,2	37,2	45,8	54,1	59,7	64,7	70,4	74,6	73,1	76,6	78,9	81,2	82,8
11	Yo'lovchi tashish	30,0	34,6	39,5	48,3	57,6	65,7	69,4	75,7	78,4	78,8	79,4	81,8	83,1	84,5
12	Yo'lovchi aylanmasi	44,0	49,5	54,7	63,4	71,9	77,8	80,4	84,8	84,5	82,9	84,7	87,0	87,6	87,7
13	Eksport	10,2	9,3	7,5	7,3	7,3	6,0	10,7	14,8	12,4	14,6	13,7	18,8	14,0	24,1
14	Import	27,4	26,9	24,9	33,7	32,7	33,7	34,0	32,0	35,7	42,5	35,8	34,3	38,6	42,4
15	Bandlik	49,7	51,8	53,5	56,7	60,3	64,8	69,1	72,1	73,1	73,9	74,3	75,1	75,6	76,7

Manba: www.snan.uz

Nazorat savol va topshiriqlar

1-Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida eksportni qanday tushunasiz va tahliliy xulosangiz?

2- Eksportyor korxonalarining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishida 400 ga yaqin qonun va boshqa hujjatlar borligiga ishonchingiz komilmi?

3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirish, tovarlarni xorijga eksport qilish uchun qanday qonunlar,yo'riqnomalar,Jamg'arma va amaldagi holatlarni bilasiz?

Mustaqil ish topshiriqlari.

1-Sizing tumaningizdagi Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining eksport salohiyati qay holatdaligini o'rganing va tahlil qilib o'z xulosangiz hamda tavsiya\ Takliflaringizni yozma ravishda tayyorlang.

2- Eksportyor korxonalarining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishida Tashqi iqtisodiy faoliyat milliy banki huzurida Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarining eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlash Jamg'armasi ishiga tushuntirish bering va uning faoliyatidan misollar keltiring/

3- Eksport ko'rsatkichlarini hisoblash usullaridan foydalanib, KB va XT sub'yektlardan 1-2 tasi misolida tahliliy xulosalaringizni bering.

4-Eksport ko'rsatkichlarini hisoblash usullarini bilasizmi?.

Tavsiya etiladigan qo'shimcha adabiyotlar:

1.Sanaqulov Usmon, Mamaraimov Qo'ziboy "Amir temurning jahonshumul faoliyatidan lavhalar" ilmiy-ommabop risola Toshkent "Navro'z" nashriyoti, 2014

2.Tog'ayev Abdulla (KB va XT sub'yektlarini eksportini qo'llab-quvvatlash Jamg'armasining Jizzax filiali direktori). Eksportni qo'llab-quvvatlash: Jahon bozorlariga chiqish imkoniyatini yanada kengaytirmoqda (internet ma'lumoti)

Qisqa xulosalar

Eksport diversifikatsiyasi, ya'ni xorijga sotilayotgan tovar va xizmatlar nomenklaturasining kengayishi, jami eksportda alohida tovar yoki xizmat turi (ayniqsa, xomashyo) ulushining katta bo'lishiga barham berilishi, mahsulotlarimiz eksport qilinayotgan mamlakatlar geografiasini kengaytirish eksport hajmining barqaror bo'lishini ta'minlaydi, milliy iqtisodiyotning tashqi bozordagi salbiy o'zarishlarga ta'sirchanligi darajasini pasaytiradi.

Eksport tarkibida bir yoki bir necha tovarlar ulushining sezilarli darajada ortib ketishi bu tovarlar narxi pasaygan yoki ularga tashqi talab qisqargan holatlarda eksportchi korxonalarni og'ir ahvolga solib qo'yishi mumkin. Buning natijasida eksport hajmining qisqarishi valyuta tushumlarining kamayishi, tashqi savdo balansining yomonlashuvi va korxonalar moliyaviy ahvolidning tanglikka yuz tutishiga olib kelishi mumkin. Shuningdek eksport umumiy hajmining kam sonli davlatlarga bog'lanib qolishi ham qaltis holat hisoblanadi.

eksport hajmini oshirish, uning tarkibini takomillashtirish, umuman tashqi savdo aylanmasini diversifikasiya qilish iqtisodiyotimiz tarkibiy tuzilishida sifat o'zgarishlariga yerishish, uning raqobatbardoshligini oshirish orqali iqtisodiy yuksalish va aholi turmush farovonligini yanada ko'tarish maqsadlariga xizmat qiladi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Mamlakatning raqobatbardoshligini ta'minlovchi omillarni sharhlab bering.
2. Respublikamizda xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish omillari va qishloqlari nimalardan iborat?
3. Kichik biznesni rivojlantirishda bozor infratuzilmalarining rolini tushuntiring.
4. Eksportni diversifikasiya qilish qishloqlari va imkoniyatlari nimalardan iborat?
5. Tarkibiy o'zgarishlar siyosatini davom ettirish bo'yicha belgilangan vazifalarning o'zaro bog'liqligini izohlab bering.

Adabiyotlar

1. Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etish yo'llari va choralari.– T.: O'zbekiston 2009.
2. Samadov A.N., Ostanaqulova G.N. Kichik biznes va tadbirkorlik. T.: Moliya-iqtisod, 2008.

11-mavzu. O'zbekistonda Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari

Dars o'quv maqsadi. Dars o'quv maqsadi bo'lib, O'zbekistonda Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning Davlat dasturi, ular orasida xo'jalik aloqalarining yo'lga qo'yilishi va Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasining mazmunini bayon qilish va ularni talabalarga o'rgatish hisoblanadi.

Tushunchalar va tayanch iboralar. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish Davlat dasturi. Milliy iqtisodiyot. Iqtisodiyot sektorlari. Kichik biznes korxonalari. Yirik biznes korxonalari.

Ma'ruzani o'tish usuli (metodi). Ma'ruza "Bilaman. Bilishni xohlayman. Bilib oldim va aqliy hujum" usuli (metodi)ni qo'llash orqali o'tiladi.

Asosiy savollar

11.1. O'zbekistonda Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning Davlat dasturi.

11.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni milliy iqtisodiyotning turli sektorlarida rivojlanishi.

11.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi.

Asosiy o'quv materiallari qisqacha bayoni

11.1. O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning Davlat dasturi.

O'zbekiston Respublikasida kichik biznesning rivojlanishdagi mavjud muammolarning yechimini topish va 2007-2015- yillarda istiqbollashtirilayotgan parametrlarni ta'minlash, ushbu sohada tadbirkorlik faolligini oshirishning yo'nalishlarini aniqlash va ular chora- tadbirlarni belgilashni talab etadi.

O'zbekiston Respublikasida kichik biznes faoliyatini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari quyidagilardan iborat:

- kichik biznesning huquqiy-me'yoriy va tashkiliy asoslarini iqtisodiyotda turli omillar ta'sirida ro'y berayotgan o'zgarishlarga mos ravishda uzluksiz takomillashtirib borish;

- davlat tomonidan kichik biznes va huquqiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini samaradorligini oshirish, bu borada xorijiy mamlakatlar tajribasidagi yangi mexanizmlarni mavjud sharoitlarga moslashtirgan holda amaliyotga qo'llash;

- kichik biznesning innovasiya negizida rivojlanishini ta'minlash borasida chora – tadbirlarni ishlab chiqish;

- kichik biznesni moliyaviy jihatdan ta'minlash mavjud mexanizmlar samaradorligini oshirish va moliyalashtirishning yangi manbalarini harakatga keltirish negizida qulay investisiya muhitini yaratish;

- kichik biznesda ishlab chiqarishni tashkil etishning moddiy ta'minotini takomillashtirish;

- kichik biznesni tashqi iqtisodiy faoliyat mexanizmlarini takomillashtirish;

- kichik biznes sohasi uchun malakali raqobatbardosh kadrlarni tayyorlash;

- kichik biznesda kooperatsiyani chuqurlashtirish.

Mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes sub'yektlarining ulushi va ahamiyatini tubdan oshirish maqsadida dasturda quyidagi yo'nalishlarda kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish ko'zda tutiladi:

- tadbirkorlik sub'yektlarini tashkil etish va faoliyat yuritishning huquqiy me'yoriy bazasini takomillashtirish. Bunda mansabdor shaxslar tomonidan buyruqbozlik va boshqa salbiy holatlarning oldini olish borasida ularning mas'ulligini oshirishga muhim e'tibor qaratiladi;

- kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish tizimini takomillashtirish va tadbirkorlik tuzulmalari faoliyatiga davlat hokimiyati va boshqaruv organlarining noqonuniy va asossiz aralashuvi holatlarini bartaraf etish;

- yirik korxonalarni tarkibiy o'zgartirish natijasida bo'shab qolgan noturarjoy binolar va foydalanilmayotgan ishlab chiqarish maydonlarini kichik korxonalariga berish;

- yirik sanoat korxonalarida tayyor mahsulot ishlab chiqarish uchun importga mo'ljallangan yehtiyot qismlar, detallar va kerakli uskunalar ishlab chiqarishni mahalliyashtirish Dasturni amalga oshirish;

- kichik biznes uchun mutaxassislar tayyorlash tizimini takomillashtirish va sifatini oshirish.

Kichik biznes tadbirkorlik faoliyatini oshirishda davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash samarasini oshirish maqsadida dasturda quyidagilarni amalga oshirishi lozim:

- davlat organlari, tadbirkorlarning jamoat tashkilotlari va tijorat tuzulmalari bilan hamkorligini ta'minlovchi mexanizmlarni takomillashtirish;

- raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishga mo'ljallangan investitsion loyihalarni amalga oshirish, eksport hajmini oshirish, mahalliy xomashyo resurslaridan foydalanishni yaxshilash, qo'shimcha ishchi o'rinlarni tashkil etishga ko'maklashish;

- doimiy faoliyat ko'rsatadigan ko'rgazma va texnologik uskunalar, mini texnologiyalar yarmarkalarini tashkil etish;

- kichik biznes sub'yektlarining moliyaviy resurslardan foydalanish imkoniyatlarini yaratish;

- kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida xalqaro hamkorlikni rivojlantirishdan iborat.

Kichik biznesni moliyaviy resurslar bilan ta'minlash maqsadida Dasturda quyidagi tadbirlarni amalga oshirish nazarda tutilgan:

- moliyalashtirish va sug'urta loyihalarini amalga kiritishni kengaytirish, kafolat berish va mexanizmini takomillashtirish;

- operatsiyalarini qo'llash;

- lizing;

- byudjetdan tashqari mablag'lar hisobiga imtiyozli kreditlash va mikrokreditlash;

- kichik biznes sub'yektlariga lizing asosida uskunalar sotib olishni mablag'lar bilan ta'minlash;

- tijorat banklari tomonidan ishlab chiqarishni kengaytirish va aylanma mablag'larni to'ldirish, xizmatlar ko'rsatish hajmini oshirishga qaratilgan kreditlar berish mexanizmlarini takomillashtirish;

- mahalliy xomashyodan chet el kredit liniyalari, shuningdek milliy valyutadagi mablag'larni jalb yetgan holda tayyor mahsulot ishlab chiqaradigan miniuskunalar yaratish amaliyoti davom ettiriladi.

Kichik biznes sub'yektlarining moddiy-texnik ta'minoti kelgusidagi 2008-2015 yillarda amalga oshiriladigan ishlar quyidagilardan iborat bo'lish lozim:

- birja, aukcion va yarmarkalar savdo doirasini kengaytirish;

- zamonaviy texnika va texnologiyalar lizingini kengaytirish.

11.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni milliy iqtisodiyotning turli sektorlarida rivojlanishi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ijtimoiy- iqtisodiy mohiyati. O'zbekiston Respublikasida milliy iqtisodiyotning rivojlanishi, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishida uning mahsulotlarini sanoat asosida qayta ishlab chiqaruvchi kichik tadbirkorlikning rivojlanishi bozor islohotlarini amalga oshirish bilan hamohang olib borilmokda.

Iqtisodiyotni erkinlashtirish, avvalo, "...by xo'jalik yurituvchi sub'yektlarning erkinligi va iqtisodiy mustaqilligini oshirish, tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish yo'lidagi mavjud to'siqlarni bartaraf etishni anglatadi".

Tadbirkorlik biznesning boshqa shakllari kabi quyidagi shartlarni taqozo etadi:

Iqtisodiy jihatdan mustaqillik va erkinlik. Tadbirkor erkin faoliyat ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'lgan holdagina o'zining iqtisodiy qobiliyatini, salohiyatini to'liq ishga sola oladi; yangilikka intiluvchanlik, ijodkorlik, ishbilarmonlik. O'z faoliyatini takomillashtirish, bozorning o'zgarib boruvchan talablariga moslashtirib, yangilash g'oyalari ega bo'lgan, shuningdek, uni amalga oshiruvchi kishigina tadbirkor bo'la oladi? tavakkal qilishga moyillik, mulkiy javobgarlikni his qilish va x-k.

Shuningdek, **tadbirkorlik biznesdan farqli ravishda tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishning o'zi shug'ullanayotgan sohasini chuqur bilishni, kasbiy mahoratlilik xususiyatlarini egallashni taqozo etadi.**

Kichik tadbirkorlikning iqtisodiy mohiyatini quyidagilar bilan ifodalanishi mumkin:

-kichik tadbirkorlik faoliyatlarini xar-bir xududning tabiiy resurslariga asoslangan holda ishlab chiqarishni rivojlantirish ularning iqtisodiy mavqelarini mustahkamlaydi; -kichik tadbirkorlik faoliyatlarini rivojlantirish milliy iqtisodiyotni mustahkamlaydi; -kichik tadbirkorlik milliy iqtisodiyotni erkin raqobat asosida rivojlanishini ta'minlaydi; - kichik tadbirkorlikning rivojlanishi milliy daromadiing usib borishini ta'minlaydi; - Ichki mahsulotdagi ulushi va iqtisodiyotda band bo'lgan aholining kichik tadbirkorlik sub'yektlaridagi ulushining Respublika va viloyat ko'rsatkichlari 1,5-2,0 foizga farq qilgan holda rivojlanmoqda.

2006- yil da Buyuk Britaniyada kichik biznes va xususiy korxonalar soni 2930 ming miqdorni, Fransiyada 1960 mingni, Italiyada 3920 ming, Yaponiyada 6450 ming miqdorni tashkil etadi, Xar ming kishi hisobiga tashkil etilayotgan kichik korxonalar 45-50 gacha, ularda ish bilan band bo'lganlarning jami ixtisodiyotda band bo'lganlardagi hissasi 50-70 foizgacha, yalpi ichki mahsulotdagi hissasi 50-55 foizni tashkil qilgan, (11.2.1-jadval). Jadvalda keltirilgan ko'rsatkichlariga ko'ra, rivojlangan, iqtisodiy barkaror mamlakatlarda kichik biznes va xususiy korxonalarining yalpi ichki mahsulotdagi ulushining mamlakatlar o'rtasidagi farqi 5-10 foizni tashkil qilib, O'zbekistonda esa ushbu ko'rsatkich 15-17 foiz farq qilishini ko'rishimiz mumkin. Respublikada hamda viloyatlar bo'yicha kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari yalpi ichki mahsulotdagi ulushlarining tebranish doirasi past emas.

Rivojlangan mamlakatlarning 2006- yilda iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy korxonalarining hissasi

Mamlakatlar	Kichik va o'rta korxonalar soni		Kichik va o'rta korxonalar xissasi (% hisob ida)	
	Miqdor hisob ida (ming)	1000 aholi soniga nisbatan	Mehnat bilan band bo'lganlarning umumiy sonida	Yalpi ichki maxsulotda
Buyuk britaniya	2930	46	49	50-53
Fransiya	1960	35	54	55-62
Italiya	3920	68	73	57-60
Yaponiya	6450	49,6	78	52-55

Kishlok xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlovchi korxonalar ishlab chiqarish hajmi hamda texnologik jihatdan yirik bo'lganligi sababli hissadorlik jamiyalariga aylantirildi. Mazkur sohada faqat meva-sabzovot mahsulotlarini qayta ishlovchi kichik tadbirkorlik sub'yektlari shakllandi

Tadbirkorlik shakllari	Tadbirkorlik sohalari	Tadbirkorlik sub'yektlari	Mulkchilik shakllari
Xussiy-yakka	Qishloq xo'jalik mahsulotlari ishlab chiqarish:	<ul style="list-style-type: none"> • fermer • dexqon xo'jaliklari. 	Xususiy mulk
	Xizmat ko'rsatish:	<ul style="list-style-type: none"> • madaniy-maishiy xizmat ko'rsatish kichik korxonalari; • savdokorxonalari; • pullik xizmat ko'rsatish shox-obchalari. 	Xususiy mulk
	Qayta ishlash:	<ul style="list-style-type: none"> • meva-sabzavotlar-ni qayta ishlovchi kichik korxonalar; • yakka tartibda donni qayta ishlovchi kichik korxonalar. 	Xususiy mulk

Xususiy	Qishloq xo'jalik mahsulotlari ishlab	• jamoa(shirkat) xo'jaliklari;	Jamoa mulki
korporativ	Xizmat ko'rsatish:	<ul style="list-style-type: none"> • Mashina traktor parklari(MTP Mukobil mashina traktor parklari(MMTP)); • uruglik bilan ta'minlovchi korxonalar; • O'g'it bilan ta'minlovchi korxonalar; • suvdan foydalanuvchilar uyushmasi; • yoqilgi moylash materiallari bilan ta'minlash korxonalari. 	Jamoa mulki
	Qayta ishlash:	<ul style="list-style-type: none"> • donni kayta ishlovchi korxonalar; • paxta tozalash zavodlari; • qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sanoat asosida qayta ishlovchi kichik, korxonalar; 	Jamoa mulki

11.2.3 - rasm. Agrosanoat majmuida faoliyat ko'rsatayotgan tadbirkorlik sub'yektlarining mulkchilik shakllari tizimi.

Agrosanoat majmui sohalaridagi turli mulkchilikka asoslangan tadbirkorlik sub'yektlarining bir-biriga bog'liq holdagi faoliyati agrar munosabatlarni vujudga keltiradi.

Agrar munosabatlar bu - qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish, qayta ishlash, sotish va qishloq xo'jaligi vositalarini ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan turli-tuman sub'yektlar o'rtasidagi munosabatlardir. Agrar sohadagi barcha iqtisodiy sub'yektlarning faoliyati agrotadbirkorlikning shakllanishiga olib keladi, zero agrotadbirkorlik boshqa tarmoqlardagi tadbirkorlik harakatidan farq qiladi.

Rivojlangan davlatlarda kichik biznesni xar tomonlama qo'llab-quvvatlash siyosati izchil ravishda o'tkaziladi. Buning sababi, kichik biznesning rivojlanishida ikki jihatining mavjudligidir. **Birinchi**dan, kichik biznesning bozor iqtisodiyotida bajaradigan iqtisodiy va ijtimoiy vazifalari bilan bog'liq bo'lib, bu vazifalar uning ahamiyatini aks ettiradi. **Ikkinchi** jihatida esa, kichik biznes subyektlariga xos bo'lgan kamchiliklar va muayyan davlatda shu kamchiliklar tufayli uni rivojlanishi sust borayotganligi bilan bog'liq.

O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirish muhim ijtimoiy- iqtisodiy ahamiyatga ega. **Prezidentimiz I.A.Karimov ta'kidlaganidek: "Kichik biznes – jamiyatda ham, iqtisodiyotda ham siyosiy vaziyatni mutadillashtirishga yordam beradigan o'rta tadbirkorlar sinfining paydo bo'lishi demakdir. Bu - respublika bozorini zarur iste'mol tovarlari va xizmatlari bilan boyitishdir. Bu yangi ish o'rinlaridir"** .

Prezident I.A. Karimov "dunyodagi ko'pgina taraqqiy topgan, bugungi kunda barkaror va badavlat yashab kelayotgan davlatlar tajribasi shundan dalolat beradiki, avvalo o'zining xususiy mulkiga ega bo'lgan shaxs va bunday shaxslardan iborat bo'lgan toifa, bu boyligni yanada ko'paytirishga, o'zini va oilasini boqishga, shu bilan birga, davlat va jamiyat zimmasida bo'lgan ko'pgina vazifalarni amalga oshirishda o'z xissasini ko'shadi. Va eng muhimi, o'z yurtida tinchlik va osoyishtalikni saqlash va himoyalashda astoydil jon kuydiradilar."

Kichik biznesning iqtisodiyotdagi ahamiyatini u bajaradigan iqtisodiy va ijtimoiy vazifalarini tulio'incha ko'rsatib beradi. Ushbu vazifalarni ikki guruhga ajratish mumkin. **Birinchi gurux** - individual vazifalar bo'lib, ular tadbirkorlik sub'yektining ochiqdan-ochiq, e'lon qilingan maqsadlari va vazifalarini aks ettiradigan vazifalardir. **Ikkinchi gurux**, - latent (yashirin) vazifalardir. Ular vaqt o'tishi bilan o'zini namoyon etib, faoliyat qatnashchilarining e'lon qilingan maseadlaridan ozmi-ko'pmi farq qiladilar.

A.Smitning ta'kidlashi bo'yicha: "Biz ovqatlanayotgan paytda qassob, oshpaz yoki nonvoyning saxiyiligiga ishonmaymiz, biz ular xususiy manfaatlarini amalga oshirishga harakat qilishlariga ishonamiz, ular o'z manfaatlarini orqasidan quvib va "ko'rinmas qo'l" nazorati ostida o'zlarning xayollariga kelmagan natijalarga erishadilar" .

Bu shuni anglatadiki, tadbirkor nafaqat boyishga qaratilgan individual vazifalarni, balki yashirin tabiatga ega bo'lgan, ijtimoiy xarakterdagi funksiyalarni ham bajaradi.

Kichik biznes ishsizlik muammosini hal qilishda juda muhim rol uynaydi. Masalan AKShda o'tgan asrning 80- yillarda yangi ish joylarining 80 foizi kichik firmalar tomonidan yaratilgan. 100 mln.dan ko'proq;

amerikaliklar kichik biznes orkali yashash uchun mablag' topganlar. Davlat esa ulardan soliq, undirish orqali byudjetni to'ldirgan.

Etakchi olimlar va xalqaro forum va tashkilotlar ekspertlari, o'sayotgan ihsizlikni bartaraf etishning yagona usuli-yangi korxonalar va ish joylarini barpo etish degan xulosaga kelishgan. Shuni alohida ta'kidlab o'tish kerakki, kichik biznes aholining ijtimoiy zaif qatlamlarining (ayollar, invalidpar, qochoqlar va boshqalar) mehnatidan foydalanadi, ular yirik korxonalarda ish topa olmaydilar. Bundan tashqari kichik firmalar amaliy o'qitish, yosh kadrlarni tayyorlashning o'ziga xos "poligoni" hisoblanadi.

Prezident I.A, Karimov "bir so'z bilan aytganda - kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bugungi kunda aholi bandligini taminlaydigan va uning asosiy daromad manbai bo'lgan muhim bo'g'inga aylanmoqda", deb ta'kidlaydi.

Respublikamiz qishloq xo'jaligida kichik biznesni rivojlantirish bo-rasida ulkan imkoniyatlar mavjud: mevaning atigi 15 foizi, sabzovotning 10 foizi, poliz maxsulotlarining 5 foizi, uzumning 23 foizi, terining 26 foizi, junning 25 foizi, sutning 5 foizi qishloqlarda qayta ishlanmoqda .

Kichik biznes moddiy resurslardan foydalanishni ham ta'minlaydi, ya'ni xom ashyoning mahalliy manbalari va yirik ishlab chiqarish chiqindilaridan keng foydalanadi.

AKSh Milliy Ilmiy Fondining ma'lumotlari bo'yicha ITTKIga sarflangan har bir dollarga 100 kishigagacha ega bo'lgan firmalar 100-1000 kishigagacha xodimlarga ega bo'lgan firmalarga nisbatan to'rt marta, 1000 kishidan ko'prok; ishchiga ega bo'lgan firmalarga nisbatan esa 24 marta ko'p ixtiro qiladilar .

Ularda yangiliklarni ishlab chiqarishga joriy qilish sur'ati yirik firmalarga nisbatan 30 foizga yuqori va o'zining ixtirosi bilan kichik firmalarga jahon bozoriga chiqish uchun 2,2 yil kerak bo'lsa, yirik kompaniyalarga 3,05 yil kerak bo'ladi.

Kichik biznesning keyingi vazifasi, kengaytirilgan takror ishlab chiqarishni yuqori mobilligini va bozor iqtisodiyotini (egiluvchanligini ta'minlash funksiyasi. Iqtisodiyotning Globalashuvi jarayonida jahon bozorida raqobat yanada kuchayadi. 'Bunday sharoitda aynan kichik va o'rta biznes yirik ishlab chiqaruvchilarga nisbatan kapital mablag' sarfini kam talab qilishi, ixchamligi, zarur tamoyilga tez moslasha olishi tufayli o'zi ishlab chiqarayotgan mahsulotlar turlarini tez o'zgartira olish, ishlab chiqarish quvvatlarini jadal modernizasiya qilish imkoniyatiga ega. Shu tariqa kichik biznes bozor kon'yunkturasiy o'zgaruvchan talablariga hamda vaqti-vaqti bilan sodir bo'ladigan iqtisodiy inqirozlarga tezroq moslasha oladi.

Hozirgi zamon bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznesni asosiy afzalligi - bu paydo bo'ladigan extiyojni "ushlab olish" va mavjud bo'lgan

resurslar va imkoniyatlarni jamlab, bu o'zgarishlarga javob berish qobiliyatidir. **Bunday qobiliyat kichik biznes xususiyatlaridan kelib chiqadi:** ko'p sonli personal va boshqarish uchun murakkab bilimni talab qilinmaydi; aksionerlar oldida moliyaviy majburiyatlarning yo'qligi; o'zining bozor strategiyasini qayta qurish yengilligi va o'z mahsulotining narxini boshqarish mumkinligi. Undan tashqari kichik ishlab chiqarish iqtisodiy tejamlirokdir.

Kichik biznesning yettinchi vazifasi tadbirkorlik muhitini va kayfiyatini shakllantirish vazifasidir. Yirik biznesga qaraganda kichik biznes sub'yekti sifatida faoliyatni bohlash aholi uchun engilroq hisoblanadi, chunki u katta xajmdagi kapitalni talab qilmaydi. Kichik biznesni yirik biznes bilan solishtirganda kapital qurilish muddati kamroq, kichik biznes sub'yektining faoliyat boshlashi uchun katta xajmdagi boshlang'ich kapital talab qilinmaydi. Mablag'larning aylanishi kichik biznesda 2-2,5 barobar tezroq, bu yuqori foyda normasini ta'minlashga yordam beradi. Kichik korxonalar o'z kapitalini, jixozlarini va ishlab chiqarish maydonchalarini samarali ishlata-dilar va katta hajmdagi zaxiralarni to'plamaydilar.

Prezidentimiz I.A.Karimov "men o'rta sinf haqida gapirganda ayrim ko'shni davlatlardagi kabi turli g'irrom va nopok yo'llar bilan behisob molidunyo orttirgan o'ta boylarni emas, balki o'zining xalol mehnati, aql zakovati, kuch-g'ayrati bilan daromad topayotgan million-million tadbirkor va ishbilarmonlarni tasavvur qilaman", - deb ta'kidlagan, Darhaqiqat tadbirkor va ishbilarmonlar mamlkatimizda shakllanayotgan o'rta mulkdorlar sinfining muhim qatlamini tashkil etadi.

Kichik biznesning sakkizinchi funksiyasi bu jamiyatda siyosiy va ijtimoiy barkarorlikni ta'minlash vazifasidir. Bunga davlatda siyosiy va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlash, yangi ish joylarini yaratish va mulkdorlar katlamini kengaytirish orqali erishiladi.

Kichik biznesning to'qqizinchi vazifasi maxalliy byudjetlarning daromad qismini to'ldirish vazifasidir. Chunki ko'pgina rivojlangan davlatlarda soliqqa tortish munisipal darajada amalga oshiriladi. Rivojlangan davlatlarda kichik biznesni soliqqa tortishdan tushgan daromad davlat byudjeta daromad qismining asosiy manbalardan biri hisoblanadi, ammo o'tish sharoitida, hali bozor munosabatlari to'ligicha shakllanmagan davrda, kichik biznes sektorida soliqqa tortishning to'g'ri me'yorlarini belgilash alohida ahamiyatga ega. Chunki noto'g'ri siyosat yuritish salbiy holatlarga olib kelishi mumkin.

Yuqorida aytilgan fikrlarni umumlashtirgan holda quyidagi, xulosaga kelish mumkin. O'zbekistonda kichik biznes nafaqat yalpi milliy mahsulotni shakllantirishda, iqtisodiyotimizning ishonch poydevori va tez sur'atlar bilan o'sishini ta'minlashda mustahkam omil, balki shu bilan birgalikda aholi bandligi va daromadi manbaining, farovonlikka erishishning muhim omili

ham bo'lishi darkor. Kichik biznes muhim vazifalarni bajaradigan, obyektiv jihatdan zurur bo'lgan milliy iqtisodiyotning o'ziga xos sohasi bo'lib qoladi.

11.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi.

Amerikalik T.Rubel va S.Paladinolarning ta'kidlashicha, "Tadbirkorlar jamiyatga boylikni olib keladilar, kichik biznes egalari esa mavjud bo'lgan boylikni o'zlashtiradilar".

Rivojlangan mamlakatlarda kichik biznesni ta'riflaydigan uchta yondashuvni ajratib ko'rsatsa bo'ladi: miqdor, sifat va kombinatsiya .

Miqdoriy yondashuv asosida kichik biznes sub'yektlarini aniqlashda, asosan, ishlovchilar soni, sotish hajmi va aktivlarning balans qiymati kabi ko'rsatkichlardan foydalaniladi. Shu bilan birga, uchta ko'rsatkichdan bit-tasini asos qilib ta'riflash amaliyoti keng tarqalgan. Bunday yondashuvni Yevropa Ittifoqining eski, 90-yillardagi kichik biznesga berilgan ta'rifi misolida ko'rish mumkin. Shy bilan birga bu mezonlarning kombinatsiyasidan foydalanish amaliyoti ham mavjud. Masapan, Yevropa Ittifoqining 1995-yildan amal qilayotgan yangi ta'rifi, (11.3.1-jadval). Ammo, Yevropa Ittifoqida qabul qilingan yondashuvdan ko'pgina davlatlarda foydalanilmagan va bu yondashuv Auditorlar Sudining tanqidiga uchragan. Auditorlar sudi Yevropa Parlamenti Komissiyasidan "kichik biznes" tushunchasiga mukammalroq tarifni kiritishni talab qildi. Natijada, 1995 yilda Yevropa Ittifoqida kichik korxonalarni ta'riflashning yangi ko'rsatkichlari joriy qilindi.

11.3.1.-jadval.

Yevropa Ittifoqida qabul qilingan kichik biznes sub'yektlarini aniqlashning miqdoriy mezonlari

Ko'rsatkichlar	Makro korxonalar	Kichik korxonalar	O'rta korxonalar
Ishchilar maksimal soni	10	50	250
Maksimal yillik aylanma (mln. EKYu)	-	4	16
Maksimal balans qiymati (mln. EKYu)	-	2	8

Kichik biznes sub'yekti deb tasniflash uchun u ishchilar soni mezonini va 11.3.1-jadvalda ko'rsatilgan ikkita mezondan bitta talablariga javob berish kerak. Qo'shimcha sifatida u korxonaga mustaqil bo'lishi kerak, ya'ni korxonaga boshqa bitta yoki bir nechta korxonalarining egalik qilishi 25% dan oshmasligi kerak. Yevropa Ittifoqi davlatlarida kichik biznes sub'yektlarini qo'llab-quvvatlash siyosati o'tkazilganda boshqa ko'rsatkichlardan ham foydalanishlari, ya'ni bu mamlakatlar kichik korxonalarni belgilashda shu mam-

lakatga mos keladigan ko'rsatkichlarni qo'llashlari mumkin. Yevropa Ittifoqi Komissiyasi firmani kichik biznes sub'yektiga kiritish uchun quyidagi mezonlarni ishlab chiqqan ishchilar soni 100 dan, xususiy asosiy vositalar hajmi 75 mln EKYu dan, nizom kapitalida yirik firmaning ulushi 33% dan oshmasligi kerak. Yevropa Ittifoqi Komissiyasi ishchilar soni 9 kishigacha bo'lgan mikrokorxonalarni (shaxsiy korxonona, oilaviy va fermer xo'jaliklari) va ishchilar soni 10-99 kishigacha ega bo'lgan.

Nazorat savol va topshiriqlar

1.O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning Davlat dasturining mazmunini tushuntiringp

2.Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni milliy iqtisodiyotning turli sektorlarida rivojlanishi darajasini bayon qiling

3.Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasini tushuntiring.

Mustaqil ish topshiriqlari.

1.Mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning Davlat dasturiga asoslanib Siz kelajakda qishloq xo'jaligida xorijiy mamlakat bilan qo'shma korxonona dasturi loyihasini tayyorlang va uni himoya qiling.

2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni o'zingiz yashayotgan xududda iqtisodiyotning turli sektorlarida rivojlanishi darajasini bayon qiling

3.Kichik korxonalarni moliyalashtirishni qanday amalga oshirish mumkin?

4.Texnologik jihatdan murakkab mahsulotlarni ishlab chiqarish imkoni deganda nimani tushunasiz?

5.Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi bo'yicha yangi ma'lumotlar bazasini tayyorlang.

Tavsiya etiladigan adabiyotlar

Asosiy adabiyotlar

1. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. T.: TDIU, 2010.
2. Samadov A.N., Ostanaqulova G.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. T.: Moliya-iqtisod, 2008.
3. Qosimova M.S., Yusupov M.A., Yergashodjayeva Sh.J. Marketing. –T.: TDIU -2010.

Qo'shimcha adabiyotlar

1. Yusupov M.A., Yergashodjayeva Sh.J. Tadbirkorlik asoslari. – T.: O'zbekiston yozuvchilar uyushmasi, 2005.
2. Qosimova M.S., Yusupov M.A., Shodibekova D., Samadov A.N. Kichik biznesni boshqarish– T.: O'zbekiston yozuvchilar uyushmasi, 2005.
3. Mal'yy biznes. Organizatsiya, yekonomika, upravleniye: Ucheb. Posobiye dlya vuzov / Pod red. Prof. V.Ya. Gorofinklya, prof. V.Ya. Gorfinkelya, V.A. Shvandar. – 2ye izd., prebeb. I dop.-M.: YuNITI – DANA, 2008.
4. Predprinimatelstvo: uchebnyk / pod. red. M.G.Lapusty. – 4-ye izdatelstvo, dop. – M.: INFRA-M, 2008. - 667 s.
5. Aniskin Yu.P. Organizatsiya i upravleniye mal'ym biznesom: Ucheb. posob. – M.: Finansy i statistika, 2008. – 160 s.
180; Predprinimatelstvo v konse XX veka. M, 1992.-c.29.
6. Beknozov N.Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik.T.,TDY nashr.,2005. Bet. 210-211.
7. Tursunov I. E., Qurbonov A. B., Mamatov F.F. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanish tendensiyalari. Monografiya «VORIS-NASHRIYOT»Toshkent-2012 148 b. UDK 334.722(072) 65,9(50') 09 T-91
8. O'zbekistan Respublikasi Prezidentining 1998 yil 9 apreldagi "Xususiy tadbirkorlik, kichik va o'rta biznesni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoniga o'zgartirish va ko'shimchalar kiritish hakida"gi Farmoni, 2003 yil 30 avgust.
9. O'zbekiston Respublikasining 2012 yil 26 apreldagi "Oilaviy tadbirkorlik haqida"gi 327-sonli Qonuni
10. O'zbekiston Respublikasining 2012 yil 24 sentyabdagi "Xususiy mulkni himoya qilish va mulkdorlar huquqlarining kafolatlari to'g'risida" gi O'RQ–336-son Qonuni. (O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2012 y., 39-son, 446-modda).
11. O'zbekistan Respublikasi Prezidentining 2011 yil 4 apreldagi "Tadbirkorlik sub'yektlarini tekshirishni yanada qisqartirish va ular faoliyatini nazorat qilishni tashkil etish tizimini takomillashtirish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" gi Farmoni
12. Tuxliyev N., Ulmasov A. Ishbilarmonlar lug'ati. - T.: Qomuslar bosh tahririyati, 1993. - 314 b.

13. Blagova Z.I. Predprenimatelstva v Rossiyskoy ekonomike. «Sankt- Peterburg»: Un-ta ekonomiki i finansov, 1995. - 102 s.
14. Qudratov T., Fayziyeva N. Qishloq xo'jalik korxonalari faoliyatining tahlili. Darslik. Samarqand 2010 –yil.
15. Qudratov T., Fayziyeva N. Korxonalari faoliyatining tahlili va nazorati. Darslik. T.: “Voriz” nashriyoti. 2012-yil.
16. Xo'jaqulov X., Xojiyev Yo.P., Axmedov Sh.I., Jonibekov F. Salamov I.S., Statistikaning umumiy nazariyasi Toshkent, “Iqtisod-Moliya” nashriyoti. (O'zbekiston Respublikasi Oliy va O'rta maxsus ta'lim vazirligining 2007 yil 1 iyundagi 225-sonli buyrug'i asosida tayyorlandi, shifri 340100). Iqtisodiyot, bakalavriat talabalari uchun o'quv qo'llanma.
17. Salamov I.S., Qozoqova Z.S., Ishniyazov Z. UDK: 338.1:321.924.3 Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi hamda uning iqtisodiy samaradorlikni oshirishdagi o'rni. Ilmiy maqola. Res.konf. Sam.QXI 20-21 noyabr 2014-yil
18. Salamov I.S., Xojiyev Yo.P., Urazboyeva Sh.R. UDK: 321.924.3:338.1 Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarida eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirish. Ilmiy maqola. Res.konf.Sam.QXI 20-21 noyabr 2014-yil
19. Internetdan olish mumkin bo'lgan axborot resurslarining saytlari:
 1. www.gov.uz
 2. www.seu.uz
 3. www.cyer.uz
 4. www.reviyew.uz
 5. www.businesspress.ru.
 6. www.yedu.uz
 7. www.agrobusiness.ru
 8. www.dehqon.uz
 9. www.agro.uz
 10. www.bir.uz
 11. www.ziyonet.uz
 12. www.quii.uz
 13. www.wuasp.uz

**I. Salamov
T. Qudratov
I. Qudratova**

**Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik
(Ma'ruzalar kursi)**

Bichimi 60x84 1/16. Tayms garniturası.
Shartli bosma tabog'i 7,2
Adadi 400 nusxa. Buyurtma № 01/1.

«Optima print plus» MCHJ uskunalarida chop etildi
Farhod ko'chasi, 4 uy